

**T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
DOKTORA TEZİ**

**TURİZM SEKTÖRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN
DENEYİMLERİNİN ULUSAL PERSPEKTİFTE
İNCELENMESİ**

Gülsüm Aslı PEKTAŞ

**Danışman
Prof. Dr. Hülya KURGUN**

2024

**T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
DOKTORA TEZİ**

**TURİZM SEKTÖRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN
DENEYİMLERİNİN ULUSAL PERSPEKTİFTE
İNCELENMESİ**

Gülsüm Aslı PEKTAŞ

**Danışman
Prof. Dr. Hülya KURGUN**

İZMİR - 2024

TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı ve Soyadı : Gülsüm Aslı PEKTAŞ
Öğrenci No : 2017800698
Tez Başlığı : Turizm Sektöründe Kadın Gışimcilerin Deneyimlerinin Ulusal Perspektifte İncelenmesi
Savunma Tarihi : 18/10/2024
Danışmanı : Prof.Dr. Hülya KURGUN

JÜRI ÜYELERİ

<u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u>	<u>Üniversitesi</u>	<u>İmza</u>
Prof.Dr. Hülya KURGUN	- Dokuz Eylül Üniversitesi	
Prof.Dr.Burcu Selin YILMAZ	- Dokuz Eylül Üniversitesi	
Doç.Dr.İlkay TAŞ GÜRSOY	- Dokuz Eylül Üniversitesi	
Prof.Dr.Ahmet KÖROĞLU	- Balıkesir Üniversitesi	
Doç.Dr.Ediz GÜRLPEK	- Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	

Gülsüm Aslı PEKTAŞ tarafından hazırlanmış ve sunulmuş olan bu tez savunmada başarılı bulunarak oy birliği () / oy çokluğu () ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Asuman ALTAY
Müdür

YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “Turizm Sektöründe Kadın Girişimciler Deneyimlerinin Ulusal Perspektifte İncelenmesi” adlı çalışmanın, tarafımda akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

Gülsüm Aslı PEKTAŞ

13/11/2024



ÖZET
Doktora Tezi
Turizm Sektöründe Kadın Girişimcilerin Deneyimlerinin
Ulusal Perspektifte İncelenmesi
Gülsüm Aslı PEKTAŞ

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Turizm İşletmeciliği Programı

Bu çalışma, kadın girişimcilerin “değişim ajanı” olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kültürel normlar üzerinde nasıl bir etki yarattığı sorusundan hareket etmektedir. Çalışmanın amacı, ülkelerin özellikle ekonomik kalkınmasında çok önemli yere sahip olan ancak girişimcilik ekosisteminde mevcut erkek egemen söylem ve ataerkil yapı nedeniyle kendilerinden beklenen ve istenen istihdamı sağlayamayan kadın girişimcilerin güçlendirme yaklaşımı bakış açısıyla ekonomik çıktıların yanı sıra toplumsal ve kültürel normlar üzerinde yarattıkları değişimdeki önemli rollerini ortaya koymaktır. Bunu yaparken de ataerkil yapı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin girişimcilik eğilimdeki gözlenen cinsiyet farklılıklarıyla sistematik ilişkisini ortaya koyarak ve doğru bir şekilde anlayarak şu ana kadar beklenen başarıyı sağlayamayan destek programlarının ve değerli ve kıt kaynakların daha işlevsel ve verimli kullanımına yönelik öneriler sunmak amaçlanmıştır. Ayrıca tüm bu engellere rağmen mücadele vererek başarılı olmuş kadınların hem rol model olarak önemlerini hem de yarattıkları değişimleri göstermek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışma nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik araştırma deseni kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada örneklem yöntemi olarak amaçlı örneklem yöntemi, veri toplama aracı olarakda yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formlarından elde edilen veriler MaxQda Analytic Pro 2022 programı ile analiz edilmiştir. Çalışma yedi kadın girişimci ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda kadın girişimcilerin bir değişim ajanı rolü üstlendikleri ve ekonomik kalkınmanın yanı sıra toplumsal cinsiyet

eşitsizliğinin giderilmesinde toplum üzerinde zihinsel bir dönüşüm gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşımıştır.

Anahtar Kelimeler: Fark yaratan kadın girişimciler, düşünömsel değışim, toplumsal cinsiyet eşitsizliği



ABSTRACT
Doctoral Thesis
Doctor of Philosophy (PhD)
Turizm Sektöründe Kadın Girişimcilerin Deneyimlerinin
Ulusal Perspektifte İncelenmesi
Gülsüm Aslı PEKTAŞ

Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of Tourism Management
Tourism Management Program

This study starts from the question of what impact women entrepreneurs have on gender inequality and cultural norms as “change agents”. The aim of the study is to reveal the important role of women entrepreneurs, who have a very important place in the economic development of countries, but who cannot provide the employment expected and desired from them due to the male-dominated discourse and patriarchal structure in the entrepreneurship ecosystem, in the change they create on social and cultural norms as well as economic outputs from the perspective of empowerment approach. In doing so, it is aimed to present and accurately understand the systematic relationship of patriarchal structure and gender inequality with the observed gender differences in entrepreneurial tendencies, and to offer suggestions for more functional and efficient use of valuable and scarce resources and support programs that have not achieved the expected success so far. In addition, it is aimed to show the importance of women who have struggled and succeeded despite all these obstacles, both as role models and the changes they have created. For this purpose, the study was carried out using the phenomenological research design, one of the qualitative research designs. In the research, purposeful sampling method was used as the sampling method and semi-structured interview form was used as the data collection tool. The data obtained from the interview forms were analyzed with the MaxQda Analytic Pro 2022 program. The study was conducted with seven female entrepreneurs. As a result of the study, it was concluded that women entrepreneurs took on the role of change agents and

carried out a mental transformation on society in eliminating gender inequality as well as economic development.

Keywords: Women entrepreneurs making a difference, reflexive change, gender inequality.



**TURİZM SEKTÖRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN DENEYİMLERİNİN ULUSAL
PERSPEKTİFTE İNCELENMESİ**

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xi
TABLolar LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
EKLER LİSTESİ	xv
GİRİŞ	1

**BİRİNCİ BÖLÜM
GİRİŞİMCİLİK**

1.1. GİRİŞİM, GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ GENEL TANIMLAR	6
1.1.1. Girişim ve Girişimci Kavramı	6
1.1.2. Girişimcilik Kavramı	10
1.2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMININ GELİŞİMİ VE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR	13
1.2.1. İktisadi Bakış Açısı ile Girişimcilik	16
1.2.2. Psikolojik Bakış Açısı ile Girişimcilik	20
1.2.3. Sosyolojik Bakış Açısı ile Girişimcilik	21
1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ	26
1.4. TURİZM VE GİRİŞİMCİLİK	28

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	33
2.1.1 Kadın Girişimciliğinin Kavramsal Gelişimi ve Tanımı	33
2.1.2. Kadın Girişimcilerin Motivasyonları	36
2.1.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Engeller	39
2.1.4. Kadın Girişimciler ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar	41
2.1.5.Literatürde Kadın Girişimciliği	46
2.2. FEMİNİST KURAMLAR	49
2.2.1. Liberal Feminizm	50
2.2.2. Radikal Feminizm	51
2.2.3. Marksist Feminizm	52
2.2.4. Sosyalist Feminizm	53
2.2.5. Post-modern Feminizm	54
2.3. BOURDIEU SOSYOLOJİSİ	55
2.4. TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİ VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ	62
2.5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN EKONOMİK VE TOPLUMSAL KALKINMADAKİ ROLÜ	69
2.6. KADIN GİRİŞİMCİLER VE TURİZM SEKTÖRÜ	72

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE FARK YARATAN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. YÖNTEM	76
3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Problemi	76
3.1.2. Araştırmanın Deseni	77
3.1.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	77
3.1.4. Veri Toplama Süreci ve Analiz	79
3.2. BULGULAR VE TARTIŞMA	82
3.2.1. Kişilik Özellikleri Teması	84

3.2.2. Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler Teması	96
3.2.3. Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler Teması	105
3.2.4. Kadın Girişimcilere Yönelik Tutumlar	110
3.2.5. Haneıçi Karar Mekanizması Teması	115
3.2.6. Kadın Olmanın Avantajları Teması	118
3.2.7. Kadın Olmanın Dezavantajları Teması	120
3.2.8. Kadın Girişimciliğinin Katkıları Teması	123
3.2.9. Sermaye Kaynağı Teması	131
3.2.10. Çalışma Hayatına Katılımın Önündeki Engeller	134
3.2.11. Destek Veren Kurumlar Teması	137
SONUÇ VE ÖNERİLER	142
KAYNAKÇA	154
EKLER	

KISALTMALAR

BM	Birleşmiş Milletler
GEM	Küresel Girişimcilik Monitorü
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TUSİAD	Türk Sanayici ve İş Adamları Derneği
UN	Birleşmiş Milletler
UN Women	Birleşmiş Milletler Kadın Birimi
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
WEF	Dünya Ekonomi Formu
WTTC	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Tarihsel Süreç İçerisinde Girişimci Tanımları	s. 8
Tablo 2: Hisrich 'E Göre Kadın Girişimci Ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması	s. 45
Tablo 3: Katılımcılar Ve Görüşme Yapılan Tarihler	s. 80
Tablo 4: Katılımcıların Yaş Ve Eğitim Durumu İle Aile Bireylerinin Eğitim Durumu	s. 82



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Pratik Aracılığıyla Habitus, Alan Ve Sermaye Arasındaki Etkileşim	s. 58
Şekil 2: Turizm Sektöründe Fark Yaratan Kadınlara Yönelik Kod Teori Modeli	s. 83
Şekil 3: Kişilik Özellikleri Temsina Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 84
Şekil 4: Kişilik Özellikleri Temasına Ait Frekanslar	s. 85
Şekil 5: Kişilik Özellikleri Temasına Yönelik Kod Matriksi	s. 86
Şekil 6: Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 97
Şekil 7: Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler Temasına Ait Frekanslar	s. 78
Şekil 8: Girişimci Olmaya Yönelten Temasına Yönelik Kod Matriksi	s. 99
Şekil 9: Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 106
Şekil 10: Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler Temasına Ait Frekanslar	s. 107
Şekil 11: Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler Temasına Yönelik Kod Matrisi	s. 107
Şekil 12: Kadın Girişimcilere Yönelik Tutumlar Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 111
Şekil 13: Kadın Girişimcilere Yönelik Tutumlar Temasına Ait Frekanslar	s. 111
Şekil 14: Kadın Girişimcilere Yönelik Tutumlar Temasına Yönelik Kod Matrisi	s. 112
Şekil 15: Hane İçi Karar Mekanizması Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 116
Şekil 16: Hane İçi Karar Mekanizması Temasına Ait Frekanslar	s. 116
Şekil 17: Hane İçi Karar Mekanizması Temasına Yönelik Kod Matriksi	s. 117
Şekil 18: Kadın Olmanın Avantajları Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 93
Şekil 19: Kadın Olmanın Avantajları Temasına Ait Frekanslar	s. 119
Şekil 20: Kadın Olmanın Avantajları Temasına Yönelik Kod Matriksi	s. 119
Şekil 21: Kadın Olmanın Dezavantajları Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 121
Şekil 22: Kadın Olmanın Dezavantajları Temasına Ait Frekanslar	s. 121
Şekil 23: Kadın Olmanın Dezavantajları Temasına Yönelik Kod Matrisi	s. 122
Şekil 24: Kadın Girişimciliğinin Katkıları Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 124
Şekil 25: Kadın Girişimciliğinin Katkıları Temasına Ait Frekanslar	s. 125
Şekil 26: Kadın Girişimciliğinin Katkıları Temasına Yönelik Kod Matrisi	s. 125
Şekil 27: Sermaye Kaynağı Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 132

Şekil 28: Sermaye Kaynağı Temasına Ait Frekanslar	s. 132
Şekil 29: Sermaye Kaynağı Temasına Yönelik Kod Matrisi	s. 133
Şekil 30: Çalışma Hayatına Katılımın Önündeki Engeller Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli	s. 134
Şekil 31: Çalışma Hayatına Katılım Önündeki Engeller Temasına Ait Frekanslar	s. 135
Şekil 32: Çalışma Hayatına Katılım Önündeki Engeller Temasına Yönelik Kod Matrisi	s. 135
Şekil 33: Destek Veren Kurumlar Temasına Ait Alt Kod Bölümler Modeli	s. 138
Şekil 34: Destek Veren Kurumlar Temasına Ait Frekanslar	s. 139
Şekil 35: Destek Veren Kurumlar Temasına Yönelik Kod Matrisi	s. 139



EKLER LİSTESİ

EK 1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

ek s. 1

EK 2: Etik Kurul İzni

ek s. 3



GİRİŞ

Kadın girişimciliği bireyler, toplumlar ve ülkeler açısından büyük önem taşır. Kadın girişimciliği çalışmaları girişimcilik ve genel olarak insan davranışının anlaşılmasına katkıda bulunur. Araştırmacıların yalnızca kadınların neden bu şekilde davrandıklarına değil, aynı zamanda girişimcilik ile servet yaratma, istihdam, insan sermayesi birikimi, işgücü piyasası dinamikleri ve daha pek çok şey arasındaki bağlantılara da ışık tutan sorular sormalarına olanak tanır (Minniti ve Naude, 2010: 277). Bu nedenle girişimciliği teşvik edici, kadınların istihdama katılımını artırıcı doğru politikaların belirlenmesi ve uygulanabilmesi, bireyler ve ülkeler arasındaki farklılıkların ve ortak noktaları anlaşılabilmesi için, kadın girişimciliğinin araştırılması önemlidir. Kadın girişimcilerin özellikleri, motivasyonları ve başarı oranları açısından davranışlarının ve cinsiyete bağlı farklılığının açıklaması karmaşık ve çok yönlüdür (Minniti ve Naude, 2010: 277). Doğru girişimcilik ekosisteminin hazırlanabilmesi için kadın girişimcilerin özellerinde incelendiği bu tarz çalışmalar gereklidir. Hem ülkelerin kalkınmasında hem de uluslararası arenada önemi geç de olsa anlaşılan kadın girişimcilerin karşılaştıkları problemlere ve engellere çözüm üretebilecek kapsamlı araştırmalara, özellikle ataerkil zihniyetin hüküm sürdüğü ülke ve bölgelerde çözüm önerileri üretebilecek çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Girişimcilik kavramın literatürde yer alması ve ekonomide yarattığı önemli değişim ve dönüşümlerle, konu ile ilgili ilk çalışmalar iktisat ve ekonomi alanlarında olmuştur. Girişimcilik, o güne kadar klasik üretim faktörleri olarak kabul edilen "emek", "sermaye" ve "doğa" üçlemesine dördüncü üretim faktörü olarak eklenmiştir. İlerleyen dönemde farklı disiplinlerinde, psikoloji, sosyoloji, antropoloji gibi, kavramı ele almaya başlaması ile birlikte iktisadi ve ekonomik çıktıların yanı sıra toplumsal değişimde de etkili olduğu anlaşılmıştır. Günümüzde artık girişimci sadece iktisadi değişim aktörü değil aynı zamanda toplumsal bir "dönüşüm ajanı" olarak kabul görmektedir. Bu nedenle kavramın sosyolojik açıdan incelenmesi de önemlidir. Sosyoloji, *insanın toplumsal yaşamının, insan grupları ile toplumun bilimsel incelemesi* olarak tanımlanmaktadır (Işık, 2023: 116). Sosyoloji, toplumsallaşmanın yapı taşı olarak kabul edilirken, insan da toplumsal rollerin uygulayıcısı rolündedir.

Girişimci bireyin, hem iktisadi açıdan hem de toplumsal açıdan motivasyonları olduğu kabul edilmektedir. Uzun zaman kişilik özellikleri ve iktisadi çıktıları açısından ele alınan girişimcilerin, sosyolojik bakış açısıyla yapılan çalışmalar neticesinde içinde bulunduğu toplum ile karşılıklı etkileşim halinde olduğu

aynı zamanda toplum tarafından biçimlendirildiği ve bunun bugüne kadar dikkate alınmadığı savunulmaktadır. Reynolds çalışmasında bu durumu " coğrafi miyopluk" olarak tanımlamıştır (Reynolds, 1991: 19). Günümüzde girişimcilik sadece ekonomik bir değer olarak değil kültürel ve toplumsal bir değer olarak kabul edilmekte ve ekonomik artılarının yanı sıra son dönemlerdeki çalışmalarda toplumda bir " değişim ajanı" rolü üstlendiği ifade edilmektedir. Bu nedenle girişimcilik ikliminin belirlenmesinde devlet politikaları kadar, bireyin yetiştiği toplumun değerleri, aile, akraba ve yakın çevresi, din, eğitim sistemi, politik ve ekonomik yapısı gibi faktörlerin hem bireyin kişilik oluşumunda hem de karar mekanizmasının gelişiminde etkili olduğu kabul edilmektedir (İlhan, 2003: 64). Sosyolojik bakış açısı ile yapılmaya çalışılan, girişimcilik olgusunun içinde bulunan toplum, çevre ve kültür ile karşılıklı ilişkilerini ve etkileşimlerini net bir şekilde ortaya koymaktır. Ayrıca kültürün sosyal bir sermaye olarak kabul edilmesi ve politika yapıcılar tarafından değerlendirilmesi girişimciliğin gelişimi için önem teşkil etmektedir (Yetim, 2002: 80). Kültürel unsurların, işin yürütüldüğü ortamı şekillendirdiği varsayılmaktadır (Freytag ve Thurik, 2007). Mevcut araştırmalara göre kültür, başkaları için çalışmaktan ziyade serbest meslek sahibi olma kararı da olmak üzere çok çeşitli ekonomik davranışları etkilemektedir (Freytag ve Thurik, 2007; Mueller ve Thomas, 2001).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, toplumun kültürü ve yapısı hakkında fikir veren, belirleyici bir unsurdur. Bireyin içinde yaşadığı toplumun kültürel, ekonomik, siyasi yapısı, değerleri ve normları toplumun kadın ve erkeğe yaklaşımı ve bakış açısını da biçimlendirir. Eril tahakkümün ağır bastığı toplumlarda kadınlar ev içi sorumluluklar, yaşlı ve hasta bakımından sorumlu tutulmakta, evin dışarısında ki sosyal hayatta, siyasette, eğitimde ve iş hayatında farklı ayrımcılığa ve dışlanmaya maruz kalmaktadır (Sallan Gül, 1999: 13). Ataerkil toplumlarda kadınların, istihdama ve toplumsal hayata katılımlarında karşılaştıkları zorluklar ve engeller ile mücadeleleri hem cinsiyet eşitliğinin sağlanması hem de ataerkil zihniyetin değişimi için verilen bir mücadeleye dönüşmüştür. Toplum tarafından biçilen eril ve dişil roller, kadınların meslek ve sektör seçiminden girişimciliğe katılımlarına kadar her alanda belirleyici ve baskılayıcı etken olmaktadır.

Son dönemlerde kadın girişimcilerin kalkınmadaki kilit rolünün fark edilmesi ile birlikte yapılan çalışmalarda kadın girişimciler için rol modellerin önemi üzerinde durulmaktadır. Girişimci olan rol modellere ve arkadaşlara sahip olmanın daha yüksek girişimcilik eğilimi ile ilişkili olduğu bildirilmektedir (Davidson ve Honig, 2003; Mahadea ve diğerleri, 2011). Ayrıca farklı açılardan kadın girişimciliğine yaklaşan

bazı çalışmalarda başarılı kadın rol modellerin varlığının teşvik edici etkisi nedeniyle kadın girişimciler için önemi olduğuna vurgu yapılarak, kadın girişimcilerin rol model ihtiyacından ve kadın girişimci rol model eksikliğinden bahsedilmektedir (Arıkan, 2016: 154; Karadirek, 2023: 507). Toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında yapılan araştırmalarda, bu güne kadar erkeksi normlar üzerinden değerlendirilen kadın girişimcilerin, erkeklerden bağımsız olarak incelenmesi gerektiği ve onların özgün deneyimlerinin ve ihtiyaçlarının dikkate alınmasının önemli olduğu vurgulanmaktadır (Bird ve Brush, 2002; 46). Alan yazını incelediğinde Türkiye'de kadın girişimciliği konusunda toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve eril tahakkümü ele alarak konuya yaklaşan çalışmaların yetersiz kaldığı görülmüştür.

Bu çalışma kadın girişimcilerin “değişim ajanı” olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kültürel normlar üzerinde nasıl bir etki yarattığı sorusundan hareket etmektedir. Çalışmanın amacı, ülkelerin özellikle ekonomik kalkınmasında çok önemli yere sahip olan ancak girişimcilik ekosisteminde mevcut erkek egemen söylem ve ataerkil yapı nedeniyle kendilerinden beklenen ve istenen istihdamı sağlayamayan kadın girişimcilerin güçlendirme yaklaşımı bakış açısıyla ekonomik çıktıların yanı sıra toplumsal ve kültürel normlar üzerinde yarattıkları değişimdeki önemli rollerini ortaya koymaktır.

Bu kapsamda tezin birinci bölümünde girişim, girişimci ve girişimcilik kavramları, girişimcilik kavramının tarihsel gelişimi ve kavrama yönelik kuramsal yaklaşımlar, girişimciliğin önemi ve turizm ve girişimcilik konuları ele alınarak genel anlamda girişimcilik teorisi açıklanmıştır.

İkinci bölümde ise kadın girişimciliği kavramı, kadın girişimciliğinin tarihsel gelişimi, kadın girişimcilerin karşılaştığı engeller, kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklar, çalışmanın dayandırıldığı feminist teoriler ve Bourdieu sosyolojisi açıklanarak kadın girişimciliği ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği, ekonomik ve toplumsal kalkınmada kadın girişimcilerin rolü ve turizm sektöründe kadın girişimciliği konularına açıklık getirilmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümde ise çalışmanın amacı ve örnekleme, araştırma yöntemleri açıklanarak, araştırma sonucunda elde edilen verilerin MaxQ Pro ve içerik analizi ile elde edilen sonuçları alanyazını paralelinde değerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

18. yüzyılda Richard Cantillon'un, oynadığı kritik rolü fark ederek ekonomik sistemin merkezinde konumlandırmasıyla dikkatleri üzerine çeken girişimcilik, bugün ülkelerin ekonomik büyüme ve gelişmesinin yanı sıra ülke kalkınmasında da çok önemli rol oynamaktadır. Ayrıca sadece ekonomist ve iktisatçıların değil sosyoloji, psikoloji, işletme tarihi, antropoloji gibi farklı disiplinlerin de ilgi odağı haline gelmiştir. Klasik ve Neoklasik iktisatçılar, insan faktörünü yok sayarak ekonomiyi kendi kendisini düzenleyen ve dengeleyen bir sistem olarak görürlerken, Richard Cantillon, Joseph Schumpeter ve Jean Baptiste Say gibi pek çok ekonomist ve yazarların da katkıları ile girişimcilik yeni bir boyut kazanarak ekonomik sistemde yerini almıştır. Literatür incelendiğinde çalışmaların tek bir "girişimcilik" ve "girişimci" tanımı üzerinde fikir birliğine varamadığı, her tanımın farklı özellikleri temel aldığı ancak bazı ortak noktalarda birleştiği görülmektedir. Evrensel tek bir tanımı olmayan girişimcilik kavramı hakkında farklı siyasi belgelerde, medyada ve akademik literatür de farklı görüş ve tanımlar bulunmasının nedeni girişimcilik olgusunun çok disiplinli doğasına bağlanmaktadır (Korze ve Lebe, 2017:243). Ayrıca, girişimciliğin bir süreç olduğu göz önünde bulundurularak, kavramı anlamak için yeni bir girişimin başlatılmasından öncesinde, sırasında ve sonrasındaki faktörlerin tümünün o girişim performansı üzerinde etkili olduğunun kabul edilmesi gerekir. Bu nedenle tüm parçalar ve bunların etkileşimi araştırılmalı ve anlaşılmalıdır (Carland ve diğerleri, 1988: 36).

Geçmişten bugüne kadar yapılan tüm çalışmalarda hala kavram ile ilgili tam bir fikir birliği sağlanamamıştır. Carland ve diğerleri 1988 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarında girişimcilik ile ilgili literatürde " *kesinlik eksikliğinden*" bahsederek bu konudaki endişelerinin dile getirmişlerdir. O güne kadar yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak küçük işletme sahiplerinden elde edilen verilerin toplanılması ve girişimcilik çalışmalarının bu veriler ile değerlendirilmesi karşısında " küçük işletme sahipleri her zaman girişimci midir? Öyleyse neden iki terim var?" sorularının sorulmasına neden olmuştur (Carland ve diğerleri, 1988: 33). Miller'a göre ise, genel olarak teorisyenler, herhangi bir risk almayı reddederken doğrudan rakiplerini taklit ederek teknolojisini veya ürün serisini değiştiren bir firmayı girişimci olarak adlandırmazlar (Miller, 1983: 780). Aynı şekilde, finansal olarak yüksek risk alan firmalar mutlaka girişimci değildir. Ayrıca ürün-pazar veya teknolojik inovasyonada katılmaları gerekir. Her

yeni küçük işletme girişimci değildir veya girişimciliği temsil etmez (Drucker, 1985: 21). Drucker çalışmasında bunu şu örnekle açıklamıştır; Amerikan banliyösünde başka bir şarküteri veya başka bir Meksika restoranı açan karı koca kesinlikle risk alır ancak girişimci değildir. Çünkü yaptıkları tek şey daha önce birçok kez yapılmış olan şeydir. Kendi bölgelerinde dışarıda yemek yemenin artan popülaritesine kumar oynarlar, ancak ne yeni bir memnuniyet ne de yeni bir tüketici talebi yaratırlar. Bu bakış açısıyla bakıldığında, onlarınki yeni bir girişim olsa da, kesinlikle girişimci değildir. Ancak McDonald's girişimciliktir. Hiçbir şey icat etmemesine rağmen yönetim kavramlarını ve yönetim tekniklerini uygulayarak (müşteri için "değer" nedir diye sorarak), "ürünü" standartlaştırarak, süreç ve araçlar tasarlayarak ve eğitimi yapılacak işin analizine dayandırmıştır. Ardından gerektirdiği standartları belirleyerek, McDonald's hem kaynaklardan elde edilen verimi önemli ölçüde arttırmış hem de yeni bir pazar ve yeni bir müşteri yaratmıştır. Bu girişimciliktir. Kısacası girişimci duruşa sahip firmalar; risk alan, yenilikçi ve proaktiftir. Girişimci kuruluşlar genellikle rakiplerinin daha sonra yanıt verdiği eylemleri başlatır ve sıklıkla yeni ürün teklifleriyle pazara ilk girenlerdir (Covin ve Silevin, 1991: 7).

Bugünde yapılan çalışmalar incelendiğinde kavram konusunda fikir birliğine varılamadığı gözlemlenmektedir. İller bazında kurulan Ticaret odalarına bağlı girişimcilik derneklerinde veya diğer kamu ve/veya özel kurumlar bünyesinde tüm küçük işletme sahiplerinin "girişimci" adı altında toplandığı görülmektedir. Konu ile ilgili kavram karmaşası hala devam etmektedir. Oysaki girişimciler yeni işletmeler arasında azınlıktır ve en önemli ayrım, yeni bir şey, farklı bir şey yaratarak; değerleri değiştirmeleri veya dönüştürmeleridir (Drucker, 1985: 22).

Bu bölümde, günümüzde artık toplumları etkileyen ve değiştiren, ülkelerin kalkınmasında büyük rol oynayan girişimciliğin ilgili olduğu girişim, girişimci ve girişimcilik kavramları, iktisadi, psikolojik ve sosyolojik kuramların girişimciliğe yaklaşımları, girişimciliğin tarihsel gelişimi ve önemi, turizm ve girişimcilik konularına yer verilmektedir.

1.1. GİRİŞİM, GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ GENEL TANIMLAR

1.1.1. Girişim ve Girişimci Kavramı

Türk Dil Kurumu sözlüğünde girişim; “bir işe girişme, teşebbüs” olarak tanımlanırken (Türk Dil Kurumu, 2024), Çetinkaya Bozkurt'a göre (aktaran Bedük ve diğerleri, 2016: 3) girişim, belli bir unvanı, bir yeri, belirli bir sermayesi ve belirli bir organizasyonu olan ekonomik bir birimdir. Nakiboğlu ise girişimi, girişimcinin ticari faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için kurulan iktisadi birimler olarak tanımlamaktadır (Nakiboğlu, 2023: 117).

Literatürde yer aldığından beri birçok okul, ekonomist, yazar ve düşünür konuya ilgi gösterip katkı sağlamışlardır. Neo klasik iktisadi görüşün baskın olduğu II. Dünya Savaşı sonrası girişimci ekonomide pasif bir etken olarak görülmüş ve bu nedenle ağırlıklı olarak girişimcinin ekonomik gelişmeye katkısına odaklanan çalışmalar yapılmıştır (Basılğan, 2010: 28). Girişimci kelimesinin en genel ve muhtemelen en eski anlamı, insiyatif sahibi aktif kişi anlamına gelen “celui qui entreprend” dir. Kelimenin kökeni, “işleri halletmeye” benzer bir anlama sahip olan entreprendre fiilidir (Formaini, 2001: 3).

Girişimcilik teorisine, muhtemelen en önemli ve en bilinen katkı “The Theory of Economic Development” adlı kitabında girişimciyi yaratıcılık ile yeniliği sunan birey olarak tanımlayan Joseph Schumpeter (1934) tarafından yapılmıştır (Aidis, 2003: 4; Alada, 2001: 48). Schumpeter’ın bakış açısı ile girişimci sürekli yenilik ve yaratımla eski olanı yok eden ve ekonomide dengeyi bozarak iktisadi değişimi teşvik eden “yaratıcı yıkım” ajanıdır (Kitapçı, 2019: 55; Özkul, 2007: 364). Schumpeter, eski binaların yerini yeni binaların almasını “yaratıcı yıkım” süreci olarak tanımlamaktadır (Basılğan, 2011: 41). Schumpeterin girişimcisi, piyasaya sürdüğü yenilikler ile ekonomiyi var olduğu seviyeden daha yüksek ekonomik seviyeye taşıyan kişidir (Özkul, 2007: 346). Literatürde kavrama ilk yer veren Cantillon (1755) ise mal sahibinden belli bir fiyattan aldığı malları dalgalı bir ekonomik ortamda belirsiz bir fiyattan satarak kâr elde etme motivasyonu ile yola çıkan kişi olarak tanımladığı girişimcinin risk alma ya da risk üstlenme özelliği üzerinde durmaktadır (Alada, 2001: 47). Cantillon'a göre gelecek ve gerçekleşecek olayların ekonomi üzerinde etkisi tahmin edilemezdir ve girişimci aldığı ekonomik kararlarda bu belirsizlikle karşı karşıyadır (Çögürcü, 2016: 71; Alpdoğan ve Yıldırım, 2023: 250). Jean Baptiste Say ise girişimciyi, üretimin tüm safhalarını organize ederek, ürünün

üretimi ve dağıtımını yöneten, elde edeceği kâr için riski göze alan kişi olarak tanımlamaktadır (Aytaç 2006: 141). Gartner (1988) ise, girişimcilik ile ilgili çalışmalarında “girişimci kimdir” sorusundan ziyade girişimciliği etkileyen birçok faktör olduğu ve kişileri girişimciliğe yönelten sebeplerin araştırılması gerektiğini savunmuştur (Aksay, 2021: 11). Modern ekonomi teorisine göre girişimci, yalnızca piyasa fırsatlarına ve bunlardan nasıl yararlanılacağına ilişkin algıya dayalı olarak belirli görevleri üstlenen kişidir (Formaini, 2001: 2).

Girişimcilik hakkındaki modern düşünceler, girişimciyi ekonomik talep ve arz dengesinin “yaratıcı bir yıkıcısı” olarak tanımlayan Schumpeter’den etkilenmiştir (Hall ve Williams, 2008: 202; Ballı, 2017: 148). Girişimciler yarattıkları ekonomik değişimlerden dolayı kahraman gibi görülmeye başlanmış (Ballı, 2017: 146) ve girişimci, kendi kendini var etmiş "kahraman bir adam" imajına sahip olmuştur (Ahl, 2006: 599).

Türk Sanayici ve İş adamları Derneği (TUSİAD) girişimciyi, “bilinenleri en iyi yapan ve hünelerine aklını da katan, olağan dışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyen kişi” olarak tanımlamaktadır (Kurt ve diğerleri, 2006: 101). Girişimci sahip olduğu veya dışarıdan sağladığı sermaye ile emeğini birleştirip kâr elde etmeyi amaçlayan kişidir (Ballı, 2017: 145). Girişimci hedeflerine ulaşmak, başarılı olmak, ekonomik güç kazanmak, saygınlık elde etmek için hesaplanabilir riskleri üstlenerek, iş kuran ve devamlılığını sağlamaya çalışan kişidir (Karabulut, 2009: 332).

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde, geçmişten bugüne girişimcilik yaklaşımlarının girişimcilerin genellikle belirli karakteristik özelliklerine ve davranışlarını başlangıç noktası olarak ele alıp ekonomik açıdan inceledikleri gözlemlenmektedir (Özkul, 2007:364). Ancak konu ile ilgili araştırmalarda girişimciyi standart bir kalıp içinde tanımlamanın zorluğuda ifade edilmektedir (Gartner, 1989: 47). Öte yandan, girişimci kişilik özellikleri incelendiğinde kavrama ilişkin tanımların cinsiyet faktöründen etkilendiği ve tanımların erkeksi özellikler taşıdığıda görülmektedir. Bu durum, cinsiyetin girişimcilik kavramında baskın görüş olduğunu ve geleneksel olarak girişimciliğin erkek faaliyeti olarak kabul edildiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 1’de literatür incelemesinde farklı makalelerde yer alan girişimcilik tanımlarının yeniden derlenerek bir araya getirilmesi ile oluşturulan girişimcilik

tanımlarına yer verilmiştir (Hebert ve Link, 1989; Hebert ve Link, 2009; Gartner, 1989; Fillion, 1998; Carland ve diğerleri, 1994)

Tablo 1: Tarihsel Süreç İçerisinde Girişimci Tanımları

Bilim İnsanı	Tarih	Tanım
Cantillon	1755	Belirli bir fiyattan mal satın alan ve bunları belirsiz bir fiyattan satma riskini üstlenen kişi
Turgot	1766	Bir işletmeyi başlatmak için sermayeyi sağlayan ve üretim faaliyetlerini denetleyen kişi
Baudeau	1767	Bir işletme için sermayeyi sağlayan, ne ve nasıl üretileceğini belirleyen, planlayan, yenilik getiren, kararlarıyla ilgili tüm riskleri üstlenen kişi
Bentham	1787	Belirsiz bir kâr elde etmek için finansal risk alan bağımsız yüklenici
Say	1803	Bilgi edinme, bilginin ticari amaçlar için uygulanması ve üretim koordinasyonunu sağlayan kişi.
Thunen	1850	Sermaye sağlayan, işletmenin yönetiminde yer alan, icat/ yenilik uygulayan işletmenin yaratıcısı ve risk alıcısı.
Mangoldt	1855	Üretken bir işletmenin sahibidir. Sermayeyi sağlar, üretimi planlar, riski üstlenir.
Walras	1870	Ekonomik kaynakların koordinatörüdür.
Menger	1871	Tüketiciler tarafından doğrudan satın alınmayan malları, tüketiciler tarafından doğrudan alınan mallara çevirmeye çalışan veya daha düşük düzey malları üretmek için parçalanmış üretim biçimlerini etkili ve verimli bir şekilde koordine edebilen kişi.
Walker	1884	Karar verici, lider, "sanayi kaptanı", işçi işvereni.
Clark	1889	Üretim faktörlerinin koordinatörü. Ekonomiyi denge konumuna getiren etken.
Edgeworth	1904	Bir arbitrajcı, ekonomik üretim sistemindeki merkezi figürdür. üretim faktörlerini, arazi, emek, makine kullanımını satın alır ve bunları yarı mamul veya bitmiş ürünlere dönüştürür,

		bunları diğer girişimcilere veya tüketicilere masraflarını karşılayan ve çalışmasını ve beklemesini ödüllendiren bir fiyata satar.
Fisher	1910	Girişimci tahmini yaptıktan sonra, üretim faktörlerini işe alarak ve birleştirerek, liderlik ve yargı sağlayarak buna göre hareket eder. Kâr lar, doğru tahmin ve üstünlük için bir ödül ve getiridir
Schumpeter	1939	Ticari yenilik yapan kişi: mevcut bilgi ve/veya uygulamaların değiştirilmesi. Yenilik başarılı olursa, yaratıcı yıkım durumuna yol açar.
Knight	1942	Belirsizlik altındaki karar vericidir. Tüketicinin isteklerini tahmin ederek üretimi yönlendirir ve kâr ve zararın sorumluluğunu alır.
Cole	1949	Belirsizlik koşulları altında kararlar alan ve malların yaratılması için diğer üretken faktörleri yönlendiren üretken ajan.
McClelland	1961	Üretim araçları üzerinde bir miktar kontrol uygulayan ve bireysel veya hane geliri için satmak veya takas etmek amacıyla tüketebileceğinden fazlasını üreten kişi.
Leibenstein	1968	Piyasa ekonomilerinde dört önemli işlevi farklı piyasaları birbirine bağlamak; piyasa eksikliklerini gidermek; girdi tamamlamak; ve zamanı bağlayan, girdi dönüştüren varlıklar yaratmak veya genişletmek, yerine getiren bireyler veya birey gruplarıdır.
Casson	1982	Kıt kaynakların koordinasyonu hakkında yargısal kararlar alma konusunda uzmanlaşmış kişidir.
Hebert ve Link	1988	Malların, kaynakların veya kurumların yerini, biçimini ve kullanımını etkileyen sorumluluk alma ve yargısal kararlar alma konusunda uzmanlaşmış kişi.
İbrahim ve Ellis	1990	Başkalarının görmediği bir fırsat gören ve bundan yararlanmak için kaynakları harekete geçiren kişi.
Bygrave ve Hofer	1991	Bir fırsatı algılayan ve onu değerlendirmek için bir organizasyon kuran kişi.
Amit, Glosten ve Muller	1993	Yenilik yapan, iş fırsatlarını belirleyen ve yaratan, belirsiz bir ortamda yeniliklerinden en

		fazla kâr elde etmek için yeni kaynak kombinasyonlarını bir araya getiren ve koordine eden kişiler.
Kao	1993	Fikirleri kuluçkaya yatırarak, kaynakları bir araya getirerek ve bunu gerçekleştirerek servet yaratma ve değer katma sürecini üstlenen kişi.
Zimmerer ve Scarborough	1996	Risk ve belirsizlik karşısında kaynakları yeni bir şekilde birleştiren ve genellikle yeni bir iş girişiminin oluşturulması ve geliştirilmesi yoluyla gerçekleştirilen değer yaratmanın farklı yollarını bulan kişi.
Moorman ve Halloran	1996	Kâr elde etme veya zarar etme potansiyeli olan bir iş faaliyetine zaman ve para yatırma riskini göze alan kişi. Girişimciler pazarın ihtiyaçlarını hisseder ve kendileri için önemli olan hedeflere ulaşmak için risk alırlar.
Hatten	1997	Bir fırsat gören ve fırsattan veya fikirden yararlanmak için bir iş kurmanın riskini (finansal, maddi ve psikolojik) üstlenen kişi.

Kaynak: (Hebert ve Link, 1989; Hebert ve Link, 2009; Gartner, 1989; Fillion, 1998; Carland ve diğerleri, 1994) kaynaklarından yararlanarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

1.1.2. Girişimcilik Kavramı

Varlığı çok öncelere dayanan ancak ilk kez 1732 yılında Richard Cantillon tarafından yazılan eserde kavramsallaştırılan “girişimci” ve “girişimcilik” kavramlarının tanımı konusunda günümüzde halen bir fikir birliğine varılamamıştır (Hattab, 2014: 1; Aidis, 2003: 2). Farklı disiplinlerden etkilenen, çok boyutlu bir kavram olan ve sürekli değişen bir yapıya sahip girişimcilik kavramına alandaki kuramcılar ve araştırmacılar farklı yaklaşımlar ve tanımlar geliştirmişlerdir (Akyol, 2017: 418; Küçükoğlu ve Berber, 2018: 79). Girişimcinin tanımı ve paradigmanın sınırları konusunda fikir birliğine varılamadığı için girişimcilik alanında kafa karışıklığının hüküm sürdüğü sıklıkla dile getirilmektedir. Diğer taraftan girişimcilik, farklı disiplinlerden uzmanların ilgisini çeken, onları ilgili disiplinlerde başkalarının neler yaptığını tartışmaya, gözlemlemeye ve kendilerinin nasıl yaptıklarını sorgulamaya yönlendiren ender konulardan biridir. Ancak girişimci tanımları disiplinler arasında karşılaştırıldığında, kafa karışıklığının daha da büyük olduğu görülmektedir (Filion, 1998: 3). Her şey onu tanımlayan kişinin odağına ve ona hangi

perspektiften baktığına bağlıdır. Öte yandan aynı alandaki uzmanların ürettiği tanımlar karşılaştırıldığında oldukça şaşırtıcı bir fikir birliği görülmektedir.

Girişimcilik ile ilgili tanımlar incelendiğinde kavramın ağırlıklı olarak birey açısından ele alındığı görülmektedir (Ağca, 2005: 151). Girişimciliğin tanımı konusunda farklı yaklaşımlar bulunmakla birlikte, “yenilikçilik” tüm tanımların birleştiği ortak özelliktir (Palaz ve Turgut, 2009: 100).

Farklı çalışmalarda yer alan girişimcilik tanımları incelendiğinde; girişimcilik, kişinin fırsatların farkına varıp, ekonomik kazanç sağlamak veya yeni bir şey yaratmak amacıyla bağımsız bir işletme kurmasına etki eden motivasyonu ve kapasitesidir (Keskin, 2017: 65). Girişimcilik, içerisinde ileri görüşlülük, değişim ve yaratıcılık unsurlarını barındıran dinamik bir süreçtir (Yalçıntaş, 2010: 95). Girişimcilik var olana yeni bir bakış ile yaklaşarak, yeni bir değer yaratarak ve/veya farklı üretim teknikleri kullanarak ürünü pazara sürme, talep oluşturma ve kâr elde etme faaliyetidir (Küçükaltan, 2009: 22). Girişimcilik, gereken zaman ve çaba sarfedilerek, her türlü riski göze alarak, kâr etmenin yanı sıra kişisel tatmin ve başarı gibi çıktıları da olan değer yaratma sürecidir (Aytaç, 2006: 141). Türk Dil Kurumu'na göre girişimcilik, “girişimci olma durumudur” (Türk Dil Kurumu, 2024). Girişimcilik, çok sayıda faktörün belli konularda bir araya gelmesiyle ortaya çıkan sosyo-ekonomik bir fenomendir (İlhan, 2003: 61). Girişimci, arz, talep ve pazar ile ilgilenen birey, girişimcilik ise, bireyi harekete geçiren eylem olarak tanımlanabilir (Aytaç ve İlhan, 2007: 101).

Yabancı literatürde girişimcilik, bir fikrin veya düşüncenin katma değeri olan bir mal veya hizmete dönüştürüldüğü süreç, faaliyet veya aktivite olarak görülmektedir (Hattab, 2014: 1). Girişimcilik kavramının en önemli temsilcilerinden Joseph Alois Schumpeter'e göre girişimciliğin en önemli özelliği “yeniliktir”. Girişimcilik, meydana gelebilecek her türlü ekonomik, ruhsal ve sosyal riskleri kabullenerek, yeni ve farklı bir şey yaratmak üzere çaba göstererek karşılığında ekonomik ve bireysel kazanç sağlama sürecidir (Bowe ve Hisrich, 1986: 394). Shane ve Venkataraman girişimciliği, “gelecekteki mal ve hizmetleri yaratma fırsatlarının nasıl, kim tarafından ve hangi etkilerle keşfedildiği, değerlendirildiği ve kullanıldığına dair akademik bir inceleme” olarak tanımlamaktadır (Shane ve Venkataraman, 2000: 218)

Son yıllarda yapılan çalışmalar incelendiğinde geçmişten günümüze hızla değişen, ekonomik, teknolojik, sosyal ve çevresel dinamikler doğrultusunda girişimcilik tanımında da değişimler gözlenmiştir. Geleneksel girişimcilik anlayışı kâr

odaklı olmasına rağmen, ortaya çıkan yeni eğilimler ile girişimcilik tanımını daha geniş ve çok boyutlu hale getirmiştir. Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik, esneklik ve adaptasyon, toplumsal cinsiyet eşitsizliği gibi temalar etrafında yeniden şekillenmiş ve bu temalar girişimci tanımına yön vermiştir. Örneğin, COVID-19'un etkisiyle yaşanan Pandemi süreci, girişimcilik faaliyetlerini ve girişimci tanımını önemli ölçüde değiştirmiştir. Girişimciler, hızlıca uyum sağlayarak işlerini dijital ortamlara taşımış, uzaktan çalışma, dijital pazarlama gibi yenilikçi stratejiler geliştirmişlerdir. Böylesine kasvetli bir dönemde, esneklik ve adaptasyon yeteneği, empati, değer yaratma, kaynak değerlendirme ve iletişim girişimcilik tanımının temel unsurları haline gelmiştir (Liguori ve Pittz, 2020: 107-108). Hızla artan nüfus, kontrolsüz büyüme gibi çok farklı etkenlerden çevresel sorunların artmasıyla birlikte, girişimciler sadece ekonomik kazanç sağlamayı değil, aynı zamanda çevresel ve toplumsal sürdürülebilirliği öncelik haline getirmişlerdir. Bunu öncelik haline getiren sürdürülebilir girişimciler, ekolojik etkileri göz önünde bulundurarak çevre dostu iş modelleri geliştirmeye başlamış ayrıca toplumsal problemlere çözüm bulmayı ve sosyal fayda yaratmayı hedefleyen sosyal girişimciler ortaya çıkmıştır. Sosyal girişimciler, sosyal fayda yaratmayı ekonomik kârdan önde tutmaktadırlar (Renko, 2020: 1046).

Literatür incelendiğinde girişimciliğin değişen ve esnek yapısı, farklı disiplinlerin yaklaşımları ve araştırmacıların sahip oldukları bilgi düzeyi gibi nedenler ile evrensel bir tanıma sahip olamadığı görülmektedir (Ağca, 2005: 154). Gartner 2001' deki çalışmasında girişimcilik ile ilgili farklı kavramsal çalışmaların olma nedenini "kör adamlar ve fil hikâyesi" ile açıklamaya çalışmıştır. Bu durumu altı kör adamın filin farklı uzuvlarına dokunarak elde ettikleri izlenimler sonucu filin karakteri ve yapısı hakkında farklı çıkarımlarda bulunmaları ile araştırmacıların farklı bakış açısı ve yaklaşım, sahip oldukları inanç ve bilgi düzeyi ile girişimciliğe yaklaşımları arasında bağ kurarak ifade etmiştir (Gartner, 2001: 28). Girişimcilik, toplumun değer ve yargılarından, girişimcinin sosyal çevresinden, aileden ve demografik özelliklerinden de etkilenmektedir. Son dönemlerde yapılan çalışmalarda, girişimcilik ruhu olarak tanımlanan bireyi girişimciliğe yönelten sebeplerin sadece karakter olmadığı aynı zamanda sahip olduğu aile ve sosyal çevrenin girişimciliğe yaklaşımı ve kültürün çeşitli öğelerinin de girişimcilik karar sürecinde önemli rol oynadığı üzerinde durulmuştur (Gümüšoğlu ve Karaöz, 2014:100).

1.2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMININ GELİŞİMİ VE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Girişimcilik kavramı literatürde ilk kez 18. yüzyılda kendine yer bulsada insanoğlunun varlığı kadar eski olduğu bilinmektedir. Hayvanların evcilleştirilmesi ile başlayan dönemde ilk kez karşımıza çıkan girişimcilik kavramı, göçebe yaşamdan yerleşik yaşama geçerek üretime başlanması ve ihtiyaç fazlası üretimin takas usulü değiş tokuş ile satılarak ticarete başlanmasıyla devam etmiştir (Uzuntepe, 2017: 53). O dönemlerin ana faaliyetleri, hayvancılık ve tarımdır. Ayrıca çanak çömlek yapımı, dokumacılık gibi küçük el sanatları, ekmek yapımı gibi faaliyetlerde de bulunulmuştur (Çögür, 2016: 69). Bu dönemlerdeki insanlar, yaşamlarını devam ettirebilmek için yeni fırsatlar yaratmışlar, risk almışlar ve ellerindeki kaynakları etkili bir şekilde kullanmaya çalışarak girişimcilik için günümüzde gerekli olduğu düşünülen tüm etkenleri kullanmışlardır. Yazının ve paranın keşfi ticarete farklı bir yön vermiştir. Girişimciliğin en bilindik hali Baharat ve İpek yollarının ve Kral yollunun kullanıldığı dönem kervanlar aracılığı ile tüccarlar tarafından yapılan ticaret şeklidir. Marco Polo, Kristof Kolomp gibi kâşiflerin Doğu ve Güney Afrika kıyılarını keşfetmeleri ve Ümit Burnu üzerinden Hindistana gidilmesiyle kıtalar arası ticaret başlamıştır. Fenikeliler bir deniz kavmi olarak ticaretle uğraşmışlar, ön Asyada koloniler kurup orta ve uzak doğunun mallarını Akdenize taşımışlar ve o dönem bilinen ilk büyük ticaret ağını oluşturmuşlardır. Lidyalılar ise parayı bulmuşlar ve Kral yolunu kurarak ticaret için büyük bir adım atmışlardır. İyonyalılar, ticaret yoluyla büyük zenginlik elde etmişler, felsefenin beşiği olmuşlardır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 60). Tüm bu ticari ağlar ve faaliyetler sonucu ile özgür düşünce, felsefe, bilim ve sanatta büyük gelişmeler yaşanmıştır. Onaltıncı yüzyıla kadar girişimci; kavramak, ele geçirmek, şaşırtmak, keşfetmek anlamında kullanılmıştır. Bu terimin onbeşinci yüzyılda geliştiği ve savaşlar sırasında özellikle risk alan insanlara uygulandığı görülmektedir. Onaltıncı yüzyıla gelindiğinde bu terim, “üretim faktörlerini masrafları ve riski kendisine ait olmak üzere birleştirme sorumluluğunu üstlenen, tedarik sözleşmesi yapan büyük ölçekli işadamı” için kullanılmıştır (Formaini, 2001: 3).

18. yüzyıla kadar geçen sürede Avrupa’da süre gelen feodal yapı, sermayenin belirli ellerde birikmesine ve büyümesine yol açmıştır. 16. yüzyılda, Asya, Afrika ve Amerika’dan çıkarılan altın ve gümüş gibi değerli madenler, bilimsel buluşların sanayiye uygulanabilmesi için gerekli koşulları oluşturmuştur. Coğrafi keşifler Batı dünyasında büyük ekonomik gelişmelere sebep olmuş ve tüm bu

olaylar, 1760 yılında gerçekleşen Sanayi Devrimi'nin sağlam temellerini atmıştır (Uzuntepe, 2017: 56; Çakmak, 2003: 64). İngiltere'de başlayan ve zaman içinde tüm dünyaya yayılan Sanayi devrimi hem ekonomik hemde toplumsal ve siyasal değişimlere neden olmuştur. Cantillo'nun ilk kez girişimcilik tanımını literatüre kazandırdığı ve girişimciliğin iktisadi olarak öneminin anlaşıldığı dönemdir. Bu dönemde Rönesans ve Reform hareketlerinin etkisiyle başlayan bilimsel ve teknolojik gelişim sayesinde, tarım ve insan gücü yerini makineler ve seri üretime bırakmıştır. Cantillon ilk kez girişimcinin risk üstlenici özelliğine vurgu yaparak girişimciyi ucuza alıp daha pahalıya satan ve böylece pazar dengesini sağlayan kişi olarak tanımlamış ve ekonomideki değişim yaratan rolünden dolayı merkezi bir yere koymuştur (Praag, 1999: 313). Kendiside bir girişimci olan Baptiste Say, girişimci ile iktisat arasındaki ilişkiyi kuran, girişimcinin sınırlarını tanımlayan ve yönetsel rolünü vurgulayan ilk iktisatçıdır (Yener, 2019: 130; Fillion, 1998:4; Praag, 1999: 315). Girişimci hem üretimde hem de dağıtımda merkezi bir role sahiptir. Tarım ve hayvancılıktan sanayileşmeye, insan gücünden makineleşmeye geçişin yaşandığı bu dönem çağdaş girişimcilik anlayışı açısından bir milat olarak kabul edilmektedir. Francois Quesnay, Cantillo'nun ardından girişimcinin belirsizlik ortamında riski alma özelliğine vurgu yaparak, girişimciyi yeni ürünler ve yeni pazarlar bulan kişi olarak tanımlamıştır. Endüstri ve bilimde gerçekleşen önemli ve büyük gelişmeler ile üretim artmış, ticaret hacmi genişlemiş ve rekabet ortamı oluşmuştur. İlk neoklasik iktisatçılardan Alfred Marshall da "Ekonominin İlkeleri" adlı eserinde girişimciye dikkat çekmiştir. Cantillon ve Say tarafından vurgulanan risk taşıma ve yönetim hususlarına ek olarak Marshall, girişimcinin sürekli olarak maliyetleri en aza indirecek fırsatları aradığını vurgulayarak girişimcinin yenilikçi fonksiyonunu ortaya koymuştur (Bula, 2012: 457). 20. yüzyılın başlarına gelindiğinde Avusturyalı ekonomist Joseph Schumpeter girişimciliğe yeni bir bakış açısı getirerek, yaratıcı yıkım teorisi ile girişimciliğe bugünkü şeklini vererek, kavramın en sofistike açıklamasını yapmıştır. Schumpeterian girişimci, hedefe ulaşmak için yeni kombinasyonlar ve yenilikler getirerek ekonomideki dengeyi döngüsel bir akış ile bozarak yeniden denge yaratır. Schumpeter, girişimcinin bir şeyler icat etmediğinin bunun yerine hali hazırda var olan şeyleri yeni yollar ile kullandığını savunmuştur (Formaini, 2001: 6). Girişimcinin görevi yenilik yapmak ve öncülük etmektir ve içinde bulunduğu toplumun akıntısına karşı yüzebilecek kadar güçlü olmalıdır (Praag, 1999: 320). Frank Knight, 1921 tarihli "Risk, Belirsizlik ve Kâr" isimli ünlü eserinde girişimci teorisinin modern hatlarını dikkatlice çizerek, başarılı bir girişimci olmak için

gereken motivasyon ve özelliklerin kapsamlı analizine katkıda bulunmuştur. Knight'a göre girişimcinin içinde bulunduğu toplumlarda tüketici istekleri veya satın alma gücü gibi belirsizlikler vardır ve belirsizlik riskten farklı olarak benzersiz bir olayın sonucu ile ilgili olduğundan dolayı girişimci muhakeme yeteneği sayesinde tahminde bulunmaktadır. Girişimci özgüvenli, karar verici ve kararlarının sorumluluğunu alan kişidir. Knight'ın risk ve belirsizlik arasındaki ayrımı daha sonra genişletilmiştir ancak çalışması öncü olmuştur ve Cantillon'un temel içgörüsünü genişletmiştir.

Girişimcilik ilkel dönemlerden beri var olan ancak zaman içinde toplumsal, ekonomik, teknolojik ve bilgi düzeyinde yaşanan gelişmelerden etkilenecek ve gelişimle birlikte evrilerek bugünkü halini almıştır. Günümüzde bilgiye dayalı emeğin yoğun olduğu, rekabetin arttığı, ihtiyaçların sürekli değiştiği, tüketimin hızla arttığı, teknolojinin hızına yetişilemeyen küreselleşen dünyada girişimcilik ülkelerin kalkınmasında çok önemli bir role sahiptir. Artık sadece ekonomik bir olgu olmaktan çıkıp, yarattığı yenilik ve değişimler ile toplumsal ve kültürel değişimlerde neden olmaktadır. Sadece risk alan kişi olmaktan çıkıp, bunun yanı sıra teknolojiyi kullanan, yenilik yapan, yatırım yapan, çevreye duyarlı, hızla değişen koşullara uyumlu, sosyal, ekonomik ve kültürel değişimlerde önemli rol oynayan değişim ajanı olarak görülmektedirler. Girişimcilik kavramının gelişimini anlamak, ekonomiyi ve girişimcilerin yaptığı işten elde edilen faydaları en üst düzeye çıkarmayı sağlayacak politika seçimlerinin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Literatürde yer aldığı ilk günden bugüne kadar girişimciliği meydana getiren davranışlar tartışılmaya devam etmektedir. Farklı kuramların yaklaşımları ile girişimcilik çok disiplinli bir hal almıştır. Klasik İktisadi çerçeveden girişimciliği ele alan araştırmacılar girişimciliğin ekonomik açıdan kâr ve fayda etme arzusu ile ortaya çıktığını savunurken (Çiftçi, 2010: 46), psikolojik açıdan ele alan araştırmacılar ise kişilik özelliklerine vurgu yaparak girişimciliği ele almışlardır (Bozkurt ve diğerleri, 2012: 233). Bunun yanı sıra bazı çalışmalarda devlet ve piyasa gibi dış faktörlerin etkisinden bahsedilmektedir (Aytaç, 2006: 142).

1.2.1.İktisadi Bakış Açısı ile Girişimcilik

1500 ile 1800'ler arasındaki 300 yıllık büyük dönüşümlerin yaşandığı süreç “Merkantalist” dönem olarak anılırken, ülkeler nezdinde farklılıklar göstererek uygulanan ancak özünde devletin gücüne, kıymetli maden stoğuna ve nüfusa önem vererek uygulanan tüm ekonomik politikalarada “Merkantilizm” denmektedir. Feodalizm ile kapitalizm arasındaki geçiş dönemi olarak nitelendirilmektedir. Merkantilizmin, Rönesansla birlikte gelişen coğrafi keşiflerin ve beraberinde gelen sömürgeciliğin ekonomik ve politik sonuçları olduğu söylenebilir (Demir, 2020: 121). Birçok Avrupa ülkesinin ekonomisinin gelişmesine neden olmuştur. Merkantilizmde, *“bir ülkenin ticaretini ve zenginliğini arttırırken, komşuyu fakirleştirmek”* (Eren, 2023: 48), *“bir ülkenin ancak bir başka ülkenin fakirleşmesi yoluyla büyüyebileceği”* (Demir, 2020: 120) düşüncesi hâkimdi. Güç ve zenginlik arasında doğrusal bir ilişki vardır. Özellikle Amerika ve Afrika kıtalarında bulunan değerli madenlerin Avrupaya gelmesi ile ticaretin yoğunlaşması, tüccar sınıfının güçlenmesine neden olmuştur. Dış ticaret yoluyla elde edilen kârdaki ciddi etkilerden dolayı devletler, girişimci tüccarlar ile işbirliği yapmış bu durumda girişimci tüccarların güçlenmesine neden olmuştur (Alpdoğan ve Yıldırım, 2023: 252). Kapitalist düşüncenin yaratmış olduğu girişimcilik ruhu ile gerçekleştiği savunulan coğrafi keşifleri gerçekleştiren kâşifler ve girişimci tüccarlar, siyasi olarak da öne çıkarak devlet politikalarında etkili olmuşlardır (Demir, 2020: 123; Yener, 2019: 128). Merkantilist girişimci tüccarlar, deniz aşırı ticaretlerde karşılaşacakları riskleri ve olası zararlarını paylaşmak amacı ile ticari ortaklıklar kurmuşlar ve böylece modern piyasa kurumlarının temellerini atmışlardır (Dündar, 2017: 240).

Fizyokratik düşünce, Fransa'da 18. yüzyılda merkantilizme karşı alternatif bir akım olarak doğmuştur. Piyasada ahenkle işleyen doğal bir düzen olduğunu savunan fizyokratlar, tarımsal üretimi zenginliğin kaynağı olarak görmüşlerdir. Fizyokratlar tarıma dayalı ekonomilerin egemen olduğu bir çağda yaşadıklarından ve Sanayi Devrimi'nin etkilerinin henüz yeni başladığı bir dönem olduğundan, tarımsal üretimi zenginliğin kaynağı olarak görmüşlerdir (Formaini, 2001: 3). Tarımsal girişimciyi vurgulayan fizyokratik düşüncenin en önemli temsilcilerinden bir olan ekonomist Richard Cantillon ekonomik aktörleri; toprak sahipleri, girişimciler ve işçiler olarak üç grupta toplamıştır (Özkul, 2007: 345). Cantillon, girişimcinin ekonomi teorisindeki hayati rolünü farkedenden ve tanımını ilk kez literatüre kazandıran kişidir (Philipsen, 1998: 3). Girişimciyi, piyasanın merkezi aktörü olarak

konumlandırmıştır. Cantillona göre girişimci basitçe, belirsizlik koşullarında risk alan kişidir (Formaini, 2001: 3). Girişimci bir ürünü bilinen bir fiyattan alıp belirsiz bir fiyata satar ve dolayısıyla satış fiyatındaki belirsizlik nedeniyle para kaybetme riskiyle karşı karşıya kalır (Philipsen, 1998: 3). François Quesnay'ın girişimcilere ilişkin görüşleri Cantillon'unkine benziyordu. Tarım sektörüne fizyokratik odaklanma nedeniyle Quesnay ve takipçileri, girişimcinin belirsizliğe katlandığını, üretimi organize edip denetlediğini, yeni yöntemler ve yeni ürünler tanıttığını ve araştırdığını ileri sürerken gıda üretimini yönlendiren toprak sahibi girişimcilerden bahsediyorlardı (Formaini, 2001: 3). Fizyokrat döneminde hem ilk kez girişimci kavramı literatüre kazandırılmış, hem de tarıma dayalı üretim ve serbest ekonomiye vurgu yapılmıştır.

18. yüzyılın sonlarına gelindiğinde, İngiltere'de başlayan Sanayi devriminin etkileri ile beraber, iktisadi düşünce yapısında ve üretim alanında önemli gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Tarımsal üretimin, el işçiliğinin ve insan emeğinin yerini büyük fabrikalarda üretimler alırken, girişimciliğin tanımı ve kapsamı da değişime uğramıştır. Klasik iktisadi düşüncenin, bir bilim olarak iktisadın babası olarak kabul edilen Adam Smith ile başladığı kabul edilmektedir. Smith, kapitalizm kavramını ortaya koyan ilk kişidir. 1776 tarihli eseri "Ulusların Zenginliği"nde girişimciyi şu şekilde tasvir etmektedir: tehlike arayışında olduğu için maceracı; geleceği tahmin ederek projelendirebildiği ve planlar yapabildiği göz önüne alındığında projektör; akılcıca riskler alıp, uygun şekilde ücretlendirdiği takdirde yatırıma hazır üstlenicilerdir (Sciascia ve De Vita, 2004: 4). Klasik iktisadın önemli isimlerinden ve kendisinde girişimci olan John Baptiste Say girişimciyi değişim temsilcileri olarak tanımlamaktadır (Er, 2013: 77; Fillion, 1998: 3). Ekonomik kalkınmayı girişim yaratmanın sonucu olarak gören Say, girişimcilerin, kapitalistlerden ayrı olarak değerlendirilmesi gerektiğini savunmuştur (Eyel ve diğerleri, 2018: 563; Fillion, 1998: 3). Girişim faaliyet alanlarını; endüstri, tarım, imalat ve ticaret olarak dört grupta toplamıştır. Her arzın kendi talebini yarattığını, arzı yaratanında girişimci olduğunu savunmuştur. Say'ın girişimcisi risk alan, üretim için gerekli olanları bir araya getirip, yöneten kişidir. Girişimcinin yönetsel yönünü vurgulayan ve yönetim sistemi içerisinde önemli bir rol veren ilk kişidir (Praag, 1999: 315). Girişimci; koordinatör, modern lider ve yöneticidir. Klasik iktisadi düşünce dönemi, kendinden önceki görüşlerin bilim haline getirildiği dönem olarak kabul görmektedir.

1870'li yılların sonunda Neo Klasik iktisat görüşü, baskın görüş haline gelmeye başlamıştır. Bu dönem makroekonomiden mikroekonomiye geçişin gerçekleştiği dönem olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde, kendisinden önceki

dönemlere göre girişimciliğin rolü ve önemi azalmaya başlamıştır. Firma teorisinin yükselişe geçtiği bu dönem, Neo-klasik ekonomistlerin girişimciyi üretim fonksiyonunun bir girdisi olarak görmeleri ve piyasa katılımcılarının her konuda eksiksiz bilgiye sahip olduklarını varsaymaları nedeniyle eleştirilmişlerdir (Alada, 2001: 48). Bu dönemde girişimciliğe ilgi gösteren az sayıdaki neoklasik iktisatçıdan biri olan Marshall'a göre girişimci; üretim ve dağıtım sürecini yönlendiren, piyasadaki arz ve talebi, firma içindeki sermaye ve emeği koordine eden, üretimle ilgili tüm riskleri üstlenen ve firmaları yöneten yenilikçi bireylerdir (Praag, 1999: 319). Marshall, girişimcinin oynadığı önemli rolü kabul etmesine rağmen girişimcinin işlevini asla tam olarak belirtmemekte, bunun yerine girişimcilerin koordinatör, yenilikçi, arbitrajcı dahil olmak üzere oynadıkları çeşitli rolleri tanımlamaktadır (Aidis, 2003: 4). Bu dönemde girişimciyi ele alan iktisatçılardan bir diğeri de Von Thünen'dir. Von Thünen, girişimcinin hem yenilikçi hem de risk alma özelliğine vurgu yapmıştır (Sciascia ve De Vita, 2004: 4). Risk alma özelliği ile girişimciyi, yöneticiden ayırmıştır. Girişimci ve yönetici aynı bilgi ve becerilere sahip olsalar dahi, girişimcinin aldığı risk ve sorumluluk onu uykusuz bırakıp düşünmeye sevk eder ve plan yaptırır. Girişimci, başarısızlık ihtimaline karşı çözümler yaratır. Tüm bu sıkıntılı süreç boyunca zihinsel çaba harcayarak ortaya çıkardığı şey onun mükâfatıdır (Hebert ve Link, 2006: 595). Neoklasik iktisatçılar, denge teorisi ile piyasada yer alan tüm aktörlerin her şeyi bildiğini, sürecin tam ve mükemmel şekilde işlediğini varsaymaktadırlar. Buna göre, firma kendi kendisini yönetmektedir ve aktif bir girişimciye yer yoktur (Özkul, 2007: 349). Ekonomik denge, en azından terimin geleneksel olarak kullanıldığı şekliyle, her zaman tipik olarak bazı girdilerin uygulanmasından kaynaklanan bir sonucu ima etmiştir. Bu, ekonomideki katılımcıların beklentilerine uygundur. Firmalar veriler doğrultusunda, en fazla kâr sağlayan üretimi seçerler. Bu dönemdeki girişimci, muhasebe, finans uzmanlığı ve yöneticilik gibi özelliklere sahiptir (Yener, 2019: 131).

Sanayi devriminin İngiltere ve Fransa'dan Avrupa'ya yayılması ile birlikte neoklasik iktisat akımına karşı görüşler ortaya çıkmaya başlamıştır. Avusturya İktisat Okulu da onlardan birisidir. Bu bakış açısına göre aslında piyasa, klasik ve neoklasik araştırmalar tarafından hiç dikkate alınmayan faktörler olan bilgisizlik ve asimetrik bilginin etkisiyle dengeden uzaktır. Kirzner, 'Rekabet ve Girişimcilik' konulu çalışmasında, mükemmel bilgi ve denge fiyatları varsayımlarını ve neoklasik düşünceyi sorgulayarak, çeşitli piyasa dengesizliklerine yol açan asimetrik bilgilerin varlığını vurgulamıştır. İyi girişimcilik bu 'anormalliklerle' yeterince başa çıkabilme yeteneğine dayanır. Ancak başarılı olmak için bilgiyi nerede arayacağını bilmek

önemlidir. Buna “bilginin en yüksek düzeyi” adını verir. Girişimcinin zengin olmasına gerek yoktur ama uyanık olması gerekir. Belirsiz koşullar altında kâr fırsatlarını fark etme yeteneğine sahip olmalıdır (Nijkamp, 2003: 401). Okulun temsilcilerinden ve kurucularından biri olarak kabul edilen Carl Menger girişimciyi; sahip olduğu tüm bilgiyi kullanarak, kaynakları ve tüm süreçleri yöneten, inisiyatif alan birey olarak tanımlamaktadır (Yener, 2019: 134). Piyasa değişimi, bireylerin aynı ürünlere ilişkin farklı subjektif değerlendirmelere sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu durumda girişimcinin risk alma eğiliminden ziyade farkındalığa ve farklı olguları anlama konusunda üstün bir yeteneğe sahip olması gerekmektedir (Sciascia ve De Vita, 2004: 5).

Alman tarih okulu iktisadi davranışları, tarihsel, sosyal ve kurumsal bağlamda ilişkileri ile irdelenmiş ve açıklamaya çalışmıştır. Girişimciyi, ekonomik yenilik ve gelişmelerin temel aktörü ve ekonomik gelişimi teşvik eden kişi olarak kabul etmiştir. Kapitalist toplumlarda girişimcinin toplumun sosyal ve ekonomik yapısındaki değişimlerde oynadığı rol üzerinde durmuşlardır. Okulun temsilcilerinden Gustav Schmoller girişimciyi sosyal bir aktör olarak nitelendirerek ve ekonomik ve toplumda gelişim ve değişimde önemli rol oynadığını savunarak yönlendirme yeteneği ve ticari yeteneğine vurgu yapmaktadır (Basılğan, 2010: 41). Kuşkusuz girişimcilik teorisine en büyük katkısı, 20. yüzyılın başlarında bu okulun temsilcilerinden olan “The Theory of Economic Development” eseriyle Schumpeter yapmıştır. Schumpeter, “yaratıcı yıkım” ifadesi ile girişimciliğin en karmaşık açıklamasını yapmıştır (Formaini, 2001: 6). Schumpeter, girişimcinin bir şeyler icat etmediğini, bunun yerine hali hazırda var olan şeyleri yeni yollarla kullandığını savunurken, bu yenilikler yolu ile yaratıcı yıkımı tetiklediğini ve eski endüstriler yıkılsa bile yeni endüstrileri ortaya çıkardığını savunmaktadır. Yenilik ve girişimci arasındaki ilişkiye vurgu yaparak, ekonomik gelişmede girişimciye önemli bir rol üstlendirmektedir (Özkul, 2007: 351). Schumpeter'in girişimcisi bir risk taşıyıcısı değildir, çünkü Schumpeter'e göre bu rol, yeni birleşme için fon sağlayan finansal aracı tarafından oynanmaktadır. Bu bakış açısı ile girişimciler, kapitalist bir ekonomide kaynakların nasıl kullanılacağına karar veren yöneticilerdir (Formaini, 2001: 6). Schumpeter'ın bakış açısından girişimcilik; yeni bir ürün veya hizmet, ürünlere yönelik yeni, farklı bir pazar, yeni bir üretim yöntemi, yeni bir organizasyon yapısı veya var olan atıl kaynakların farklı kullanımını içermektedir (Sciascia ve De Vita, 2004: 6). Schumpeter, geleneksel iktisattan farklı olarak teorilerini, iktisat sosyolojisi ve iktisat tarihini de göz önünde bulundurarak ve daha geniş

perspektiften ele alarak geliştirmişve psikoloji, felsefe, sosyoloji, tarih gibi farklı disiplinleride yakından takip etmiştir (Basılğan, 2010: 27). Schumpeter'in iktisadi düşünce alanında geliştirmiş olduğu teoriler günümüze kadar önemini korumuştur.

1.2.2. Psikolojik Bakış Açısı ile Girişimcilik

Günümüze kadar girişimcilik literatürüne; sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, antropoloji gibi farklı disiplinlerin bakış açılarından yapılan çalışmalar ile katkı sağlanmıştır. Son yıllarda artan önemiyle beraber özellikle gelişmekte olan ülkeler girişimci sayısını arttırmak ve girişimciliği desteklemek amacıyla yeni politikalar belirlemeye başlamıştır. Bu politikaların doğru uygulanabilmesi için girişimcilerin doğru incelenmesi ve özellikle kişilik özelliklerinin bilinmesi önem arz etmektedir (Akkuş ve diğerleri, 2019: 1). Kişilik özellikleri bireylerin bir konuya yönelik tutum ve davranışlarının üzerinde önemli rol oynamakta ve süreklilik arz ederek, bireyin tahmin edilebilir olmasını sağlamaktadır (Lai ve diğerleri, 2020: 5; Mischel ve Shoda, 1995: 246). Tüm girişimcilerin büyük ölçüde benzerlik gösterdiği varsayılarak (Gartner, 1985: 696), başarılı girişimciyi, başarısızdan, girişimciyi, girişimci olmayandan ya da yöneticiden farklı kılan kişilik özelliklerine odaklanan çalışmalar neticesinde girişimci kişilik özellikleri üzerinde farklı görüşler ortaya çıkmıştır (Naffziger ve diğerleri, 1994: 29). Benzer şartlar altında yaşayan bir birey girişimci olmayı tercih ederken diğer bireyin neden girişimci olmadığı kişilik özellikleri ile belirlenmeye çalışılmıştır (Gartner, 1989: 47). Çalışmalar incelendiğinde, en fazla karşılaşılan ortak girişimci kişilik özellikleri; risk alma, yenilikçi ve yaratıcı olma, başarı ihtiyacı, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven ve kontrol odağıdır (Koh, 1996: 13,14; Yetim, 2002: 80). Literatürde bu özelliklerin yanı sıra girişimciye has özellikler arasında liderlik, iletişim beceresi, bağımsızlık arzusu, azimli ve hırslı olma, cesaret, tutku, kararlılık, mükemmeliyetçilik, merak ve öğrenme isteği, vizyon sahibi olma gibi özelliklerde sayılmaktadır (Akyol, 2017: 445; Aslan ve Atabey, 2009:4).

Başarı ihtiyacı konusunda çalışmaları bulunan Mclelland (1965)'a göre (Aktaran Uygun, 2022: 499), başarı ihtiyacı yüksek bireyler ödülleri ile ilgilenirler. Ödüller onların başarılarının geri bildirimi niteliğindedir ve gerçek girişimci için elde edeceği para amaç değil, başarısının ölçüsüdür. Başarı ihtiyacı yüksek olan bireylerin başarılı olma isteklerinin güçlü olduğu ve bundan dolayı girişimci davranma olasılıklarının daha yüksek olduğu ayrıca girişimci olmayanlara göre başarı ihtiyacına daha çok ihtiyaç duydukları düşünülmektedir (Koh, 1996: 14). Girişimcilikde yenilik, yeni bir ürün veya hizmet, yeni bir dağıtım şekli, yeni bir pazar

yaratılması, yeni örgütlenme şekli gibi faaliyetlerdir (Kurt ve diğerleri, 2006: 102). Girişimciler, var olan kaynakların farklı kullanımı veya yeni kaynak yaratma yoluyla veya fırsatları değerlendirerek yeni bir değer yaratarak piyasaya yenilik getirmektedirler. Risk alma özelliği çalışmaların ortak fikir birliğine vardığı özelliklerden bir diğeridir. Girişimci, fikrini gerçekleştirebilmek için hesaplanabilir risklerin yanı sıra itibar kaybı, psikolojik ve fizyolojik ve finansal riskler gibi hesaplanamaz, belirsiz riskleri de önceden kabullenmek durumundadır (Akkuş ve diğerleri, 2019: 5). Bu kabullenme ile birlikte karşılaşılabilecek tüm belirsizlikler karşısında tolerans göstererek, belirsizlikleri ortadan kaldırır ve hedefine ulaşır (Uslu, 2023: 96). Ayrıca, başarılı girişimcilerin içsel kontrol odağının güçlü olduğu, karşılaşılabilecek olayları ve yaşamı hatasız bir şekilde ele alabileceklerine ve kontrol edebileceklerine inandıkları ortaya konmuştur (Koh, 1996: 15). Kendine güven ise bireyin kendine karşı olumlu tutum ve davranışlar içerisinde olması ve yapabilme kapasitesine inanmasıdır.

Zaman içinde kişilik özellikleri yaklaşımı üzerine tartışmalar başlamıştır. Colin ve Slevin çalışmalarında, bir bireyin psikolojik profilinin onu girişimci yapmayacağını, aksine, girişimcilerin eylemleriyle tanınabileceğini savunmuşlardır (Colin ve Slevin, 1991: 8). Ayrıca girişimciye yönelik tanımlamalar yapılırken farklı ölçeklerin kullanılması, seçilen örneklemelerin ve ortaya çıkan çok sayıda özelliğin birbiri ile kıyaslanamıyor olması (Uygun, 2022:498; Ağca, 2005: 154), girişimcilerin tümünün sayılan tüm özellikleri tutarlı bir şekilde taşımamaları ve yapılan çalışmalarda çoğunlukla araştırma evreni olarak öğrenci gruplarının seçilmesi bu tartışmalara neden olmuştur (Eser ve Yıldız, 2015: 95). Bunun yanı sıra, girişimciliğin üzerinde bölgesel sosyo-ekonomik ve kültürel faktörlerinde yadsınamaz bir etkisinin olduğunun belirlenmesi (Gartner, 1985; Zapalska ve Fogel, 1998) ile girişimciliğin sadece kişilik özellikleri ile değil, sosyo-ekonomik ve kültürel etkiler ile incelendiği çalışma sayılarında artış gözlemlenmiştir. “Girişimci kimdir” sorusunun yerini “girişimci ne yapar, nasıl yapar” sorusu almaya başlamış ve girişimciliğe bir süreç olarak yaklaşmıştır. Ancak tüm eleştirilere rağmen kişilik özellikleri yaklaşımı günümüzde halen popülerliğini sürdürmektedir (Ağca, 2005: 155).

1.2.3. Sosyolojik Bakış Açısı ile Girişimcilik

Kavramın literatürde ilk yer buluşuyla ilk çalışmalar iktisadi ve ekonomik alanda yapılarak, girişimci klasik üretim faktörlerinden emek, sermaye ve doğaya dördüncü bir üretim faktörü olarak eklenmiş ve günümüze kadar ekonomik

gelişimdeki önemli konumunu korumuştur (Dağıstan, 2019: 2238). Girişimciliğin tarihsel gelişim süreci incelendiğinde, aynı zamanda toplumsal ve iktisadi açıdan yaşanan değişimlerde görülmektedir. Tarihsel gelişimine bakıldığında girişimcilik kavramına dair ilk çalışmalar iktisadi alanda yapılmıştır. Günümüzde artık girişimci sadece iktisadi değişim aktörü değil aynı zamanda toplumsal bir dönüşüm ajanı olarak kabul görmektedir. Bu nedenle kavramın sosyolojik açıdan incelenmeside önemlidir. Sosyoloji, “*insanın toplumsal yaşamının, insan grupları ile toplumun bilimsel incelemesi*”olarak tanımlanmaktadır (Işık, 2023: 116).Sosyolojide yer alan tüm yaklaşımlar insanı toplumsallaşmanın yapıtaşı olarak değerlendirmektedir ve aynı zamanda toplumsal rollerinde uygulayıcısı olarak kabul etmektedir. İnsanı içinde yaşadığı toplumun kurumları ve toplum ile ilişkilerini odak noktasına alarak analiz etmektedir. Sosyoloji disiplini, hem iktisat, hem insan, hem de toplumun tüm kurumları ve insanın bunlarla olan etkileşimi ile ilgilendiğinden çok disiplinli ve bütüncül bir yapıya sahiptir.

Girişimci hem iktisadi hem de toplumsal motivasyonları olan bireyler olarak kabul edilmektedir. Literatür incelendiğinde girişimcilik kavramının ilk ele alınışından bugüne kadar girişimcinin kişilik özellikleri ve demografik özellikleri göz önünde bulundurularak tanımlandığı ve araştırmalarda da bu konulara ağırlık verildiği görülmektedir (Eser ve Yıldız, 2015: 93; Reynolds, 1991: 19). Ancak bu durum bireyin karşılıklı etkileşim içinde bulunduğu toplum tarafından biçimlendirildiği gerçeğini yok saymaktadır. Reynolds çalışmasında, mevcut araştırmaların dar bir bakış açısına sahip olduğunu ve “coğrafi miyopluk” yaşadıklarını ileri sürmüştür (Reynolds, 1991: 2). Bölgelerin sosyo-ekonomik özellikleri ile girişimcilik arasında karşılıklı etkileşim bulunduğu kabul edilmiştir (Gartner, 1985: 700). Kültürel farklılıklar girişimci davranışlarını etkilemektedir. Bu, alanın önemli sorularından biri olan“bazı bölgeler/ülkelerneden daha fazla girişimci bireye sahiptir” sorusunun cevabıdır. Girişimcilik artık kabul gördüğü üzere sadece ekonomik bir değer değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal bir değerdir. Girişimci bireyin yetiştiği toplumun değerleri, aile, akraba ve yakın çevresi, eğitim sistemi, politik ve ekonomik yapısı hem bireyin kişilik oluşumunda hem de karar mekanizmasında etkilidir (İlhan, 2003: 64). Sosyolojik bakış açısı ile yapılmaya çalışılan, girişimcilik olgusunun içinde bulunulan toplum, çevre ve kültür ile karşılıklı ilişkilerini ve etkileşimlerini net bir şekilde ortaya koymaktır. Sosyal norm ve adetlerin, aile, dil, din gibi kültürel faktörlerin yanı sıra eğitim, cinsiyet, yaş gibi demografik özelliklerin girişimciliğin ortaya çıkışındaki etkileri üzerinde durulmaktadır(Aytaç ve İlhan, 2007: 105). Ayrıca

kültürün sosyal bir sermaye olarak kabul edilmesi ve politika yapıcılar tarafından değerlendirilmesi girişimciliğin gelişimi için önem teşkil etmektedir (Yetim, 2002: 80). Kültürel unsurların, işin yürütüldüğü ortamı şekillendirdiği varsayılmaktadır (Freytag ve Thurik, 2007: 119). Mevcut araştırmalara göre kültür, başkaları için çalışmaktan ziyade serbest meslek sahibi olma kararı da olmak üzere çok çeşitli ekonomik davranışları etkilemektedir (Freytag ve Thurik, 2007; Mueller ve Thomas, 2001).

Kültür, bir grup veya topluluğun paylaşılan değerleri, inançları ve normları olarak tanımlanabilir. Hoftstede, kültürü “bir grup veya insan kategorisinin üyelerini diğerinden ayıran zihnin kolektif programlanması” olarak tanımlamaktadır (Basu ve Altınay, 2002: 377). Kültür, sosyal çevreler tarafından şekillenen kolektif bir olgu olarak görülmektedir. Kültürel farklılıklar ulusal, bölgesel, etnik, sosyal sınıf, din, cinsiyet ve dil farklılıklarının sonucudur. Değerlerin, kültürün ve kültürel farklılığın kritik bir özelliği olduğu kabul edilmektedir. İnsana ve topluma dair her şey kültürün konusunu oluşturmaktadır. Eğitimde kültürün sürdürülmesinde ve hatta yeniden inşasında çok önemli bir rol oynamaktadır ve karşılıklı bir etkileşim bulunmaktadır. Hangi gelişmişlik seviyesinde olursa olsun her toplum kültürel mirasını yeni nesillere aktarmayı amaçlar. Bu nedenle kültür ve eğitim aynı madalyonun iki yüzü gibi görülmektedirler (Obanya, 2005: 2). Eğitim aynı zamanda toplumsal denetimi sağlayan bir araç olarak da işlev görmektedir. Bottomore çalışmasında (aktaran Tezcan, 1978: 13), bireylerin, toplumsal normları ve gelenek-görenek gibi yazılı olmayan kuralları öğrenirken, bunlara uymamaları durumunda karşılaşacakları cezaları da eğitim yoluyla öğrendiklerini belirtmektedir. Bireylerin kişilik gelişimlerini aileden sonra tamamladıkları ikinci önemli durakları eğitim kurumlarıdır. Toplumun temel taşı olan aile toplumsal bir kurum olarak, doğduğu andan itibaren bireyin eğitimine başladığı ilk yerdir. Eğitim yolu ile normlar, değerler ve kültürel kodlar aktararak toplumun normlarına uygun bireyler yetiştirilirken aynı zamanda toplumsal becerilerde kazandırılmaktadır (Akkol, 2023: 157). Eğitim, bilgi aktarımının yanı sıra bireyin becerilerini geliştiren, karakterini ve değer sistemini etkileyerek kişiliğinin gelişiminde derin bir etkiye sahip olan olgudur (Van Der Lingen ve Van Niekerk, 2015: 120).

Bireyin doğduğu andan itibaren birincil derecede ilişkide olduğu ailesi, mesleği, eğitim düzeyi, ekonomik yapısı, toplum içindeki konumu ve duruşu girişimci bireyin bakış açısının oluşumunda ve kişiliğinin yapılanmasında önemli bir yere sahiptir (İlhan, 2003: 64). Ghiasvand (2020), bireyin girişimciliğe yönelik inanç ve tutumlarını şekillendirmede aile normlarının ve değerlerinin önemini

vurgulamaktadır. Birey, kültüre ait tüm normları ve değer yargılarını ailede öğrenir, aile ile birlikte birçok sosyal ilişkide sahip olur ve tüm bunlardan öğrendikleri bireyin karar ve davranışlarında kendini göstererek dışarıdaki başarısını etkiler (Granovetter, 1985: 490). Ayrıca ailede bir girişimci olmasının, girişimcilik kararı üzerinde etkili olduğu, bu kişiyi rol model aldığı ve bu bireylerin girişimcilik eğiliminin yüksek olduğu savunulmaktadır (Bozyiğit ve Yaşa, 2015: 63; İrmiş ve Barutçu, 2012: 23). Bireyin girişimciliği içselleştirmesinde ve mesleki olarak devam ettirmek istemesinde ailede bulunan girişimcilerin rolü önemlidir (İlhan, 2003: 65). Aile sosyalizasyonun başladığı ilk yerdir. Ailenin destekleyici ve besleyici ortamı, bireyin kendine olan inancını ve girişimcilik yeteneklerine olan güvenini geliştirmede hayati bir rol oynayabilmektedir. Girişimciliğe değer veren, risk almayı destekleyen ve yeniliği teşvik eden aileler, bireyin kendi girişimcilik yeteneklerine olan inancını besleyen bir ortamı teşvik edebilmektedir. Tersine, olumsuz veya destekleyici olmayan bir aile iklimi, gelişimini engelleyebilmekte, bu da girişimcilik faaliyetlerine katılma konusunda daha düşük güven ve motivasyona yol açabilmektedir (Srivastava ve Shinvani, 2023: 307). Girişimci değerlerin ve beklentilerin nesiller boyunca aktarılması, daha yüksek düzeyde girişimci öz yeterliliği geliştirilmesine katkıda bulunabilmektedir. Aile bağlarının destekleyici ya da düşmanca, hoşgörülü ya da kısıtlayıcı olmasına bakılmaksızın, aile bağları çoğu insanın sahip olduğu en yakın ve en güçlü bağlardır. Yeni başlayan bir girişimci tanıdıklarından, arkadaşlarından ve sevdiklerinden farklı tepkilerle karşılaşabilir, ancak özellikle aile desteğinin etkisi büyük olmaktadır (Pruett ve diğerleri, 2009: 576).

Ekonomide dinin rolünün ilk analizi, dini toplulukların piyasa yasalarına tabi olduğunu ve dindar bireylerin bir bütün olarak dünyanın daha büyük zenginliğine hizmet etmek için kişisel çıkarlarının peşinde koştuğunu farkedenden Adam Smith (1776) ile başlamıştır (Bartke ve Schwarze, 2008: 4). Bu mantık çizgisinden yola çıkan Max Weber ise ilk kez bu yüzyılın başında kültürün girişimcilik üzerindeki etkisini vurgulamıştır. Weber'in iddia ettiği gibi Protestanlık; bireyciliği, başarı motivasyonunu, girişimcilik mesleklerinin meşruiyetini, rasyonelliği, çileciliği ve kendine güvenmeyi vurgulayan bir kültürü teşvik etmiştir. Ancak Weber, bu rasyonel bireycilik ahlakının diğer manevi geleneklerde bulunmadığını, örneğin Hinduizm'de kast sistemine olan inanç, kadere ve yeniden doğuşa olan inanç, aşırı ritüelcilik ve büyüye bağımlılık nedeniyle rasyonel bir ekonomik etiğin gelişemeyeceğini savunmuştur. Max Weber'e göre din, kişinin temel değerlerini ve inançlarını belirlediği için kültür dinden büyük ölçüde etkilenir. Ayrıca Weber (1904) ve diğer

kişiler girişimci faaliyetlerdeki farklılıkların kültürel ve dini faktörlerle, özellikle de toplumun Protestan çalışma ahlâkını kabul etmesiyle açıklanabileceğini savunmuşlardır. Weber, klasikleşmiş kitabı “Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu”nda, Protestan değerlerinin birkaç kuşak sonra bile girişimcilik faaliyetlerinin, kapitalizmin ruhunun ve insanların ekonomik davranışlarının oluşmasında kritik bir rol oynadığını iddia etmiştir (Zelekha ve diğerleri, 2014: 747).

Weber'in teorisi yirminci yüzyılın başlarındaki sosyologlar ve ekonomi tarihçileri arasında etkili olmuştur. Dinin ekonomik ve sosyal davranışlardaki rolü, dini arz ve talep modellerini ve dindar olmanın belirli davranışlar üzerindeki etkilerini geliştiren neoklasik ekonomik araştırmaların yenilenen odağı haline gelmiştir (Bartke ve Schwarze, 2008: 5). Hofstede(1991) ise dinin tek başına kültürü şekillendirmede ileri sürmektedir (Basu ve Altınay, 2002: 376). Brammer ve diğerleri(aktaran Kılınç ve Yener, 2019: 510) çalışmalarında, dini kurallara inanan ve uygulayan girişimcilerin kişisel kazançlarının yanı sıra yaptıkları işin sosyal çıktılarındaki dikkate aldıklarını bu nedenle toplumda daha fazla sorumluluk üstlendiklerini iddia etmektedirler. Audretsc ve diğerlerinin Hindistanda 90 bin işçinin katılımı ile gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda dinin girişimcilik kararı üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle İslam ve Hristiyanlık gibi bazı dinlerin girişimciliğe yardımcı olduğu, Hinduizm gibi bazı dinlerin ise girişimciliği engellediği tespit edilmiştir. Ayrıca kast sisteminin girişimci olma eğilimini etkilediği bulunmuştur. Alt kasta mensup bireylerin girişimci olma eğilimi daha düşüktür. Dolayısıyla ampirik kanıtlar hem dinin hem de kast sistemi geleneğinin girişimciliği etkilediğini ve din ile ekonomik davranış arasında bir bağlantı olduğunu öne sürmektedir (Audretsc ve diğerleri, 2008: 22).

Barro ve McCleary (2003) dinin kültürün önemli bir boyutu olduğunu ileri sürmüş ve 59 ülkeden oluşan bir örnekleme temel alarak kiliseye gitmenin ve dini inançların ekonomik büyümeyi etkilediğini tespit etmiştir. Ayrıca Mehanna (2003), dinin uluslararası ticaret üzerindeki rolünü incelemiş ve önemli bir etki bulmuştur. Bartke ve Schwarze (2008), dini inancın risk eğilimi üzerinde güçlü bir etki gösterdiğini ve belirli din mensubiyetlerinin farklı risk tutumlarını açıkladığını bulmuşlardır. Günümüzde yapılan çalışmalar dini normların bireylerin değer algıları üzerinde etkili olduğu ancak dinin girişimcilik ile doğrudan bir ilişkisi olmadığı yönündedir (Kılınç ve Yener, 2019: 510). Dini inanç ve davranışların iktisadi çıktılarındaki araştıran çalışmalar sonucunda özellikle geleneksel cinsiyet rollerinin kesin olarak tanımlandığı toplumlarda erkek ve kadınların meslek seçimlerinde ve

bilgi, beceri ve yeteneklerin kullanımında farklılıklar olduğu öne sürülmektedir (Sincer, 2017: 933). Barro ve McCleary, kültür ve dinin genellikle dürüstlük, tutumluluk veya yabancılara karşı açıklık gibi kişisel özellikleri etkilediğinin düşünüldüğünü vurgulamaktadır (Barro ve McCleary, 2003: 35). Üstelik farklı dinler arasında zenginlik biriktirmenin, yenilik yapmanın ve kişinin kaderinin aktif sorumluluğunu üstlenmesinin değeri farklıdır. Ancak dini faktörlerin girişimcilik üzerindeki etkisi, ilişkinin karmaşık ve dolaylı olması nedeniyle yeterince anlaşılmayan bir olgudur. Bu konuya ilişkin teorik bakış açıları gelişmemiştir ve mevcut ampirik veriler azdır (Zelekha ve diğerleri, 2014: 750)

1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için ekonomik kalkınma ve büyümenin sağlanması ve devam ettirilmesi başlıca hedeftir. Bu hedefin gerçekleştirilmesi için gereken en önemli adım ise var olan kaynakların ve imkânların en verimli şekilde kullanılabilmesidir. Ekonomik kalkınma, ülkelerin gelişmişlik seviyeleri ile ilgilidir. Kalkınma sadece ekonomik olarak değil, sosyal, siyasal ve kültürel anlamda da gelişmeyi içerir. Yenilikçi fikirler ile yeni pazarlar oluşturan, atıl kaynakları ekonomiye kazandıran ve istihdam sağlayarak işsizliği önleyen rolü ile ekonomik olarak büyük çıktıları olan girişimcilik aynı zamanda bölgesel gelişmişlik farklarını azaltarak, toplumsal refah düzeyinin yükselmesinde, yaşam kalitesinin artırılmasında ve cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesinde önemli bir araçtır (Pektaş ve Kurgun, 2024: 1383). Maslow'a göre (aktaran, Koh ve Hatten, 2002: 23) girişimcinin önemini şu şekilde ifade edilmektedir; “Sanırım herkes, kötüleşen bir topluma getirilecek en değerli 100 kişinin 100 kimyager, politikacı, profesör veya mühendis değil, 100 girişimci olacağı konusunda hemfikirdir”.

Kalkınma aracı olarak, ülkelerin ekonomik büyüme ve gelişmesinde oynadığı büyük ve önemli rol ile girişimcilik, çok uzun zamandır ulusal politikaların önceliğidir (Soysal, 2013: 167). Başta kamu olmak üzere birçok kurum ve kuruluş girişimciliğin gelişimi ve uygulaması amacıyla çaba göstermektedirler. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, hükümetlerin tek başına istihdam, göç, gibi çeşitli ekonomik ve toplumsal sorunlar ile başa çıkmasının zorluğundan dolayı girişimciler için uygun ekosistemin yaratılması çok önemlidir (Soylu ve Ceylan, 2019: 29) . Ekonomistler ve araştırmacılar girişimciliğin ekonomik gelişmenin üzerinde büyük rolü olduğunu vurgulamaktadırlar. Girişimcilerin değeri, kazandıkları paralar ile değil ortaya

çıkardıkları ekonomik değer ile ölçülmektedir (Altınışik ve Külen, 2020: 279). Girişimcilik, küreselleşmesinde etkisi ile artan rekabet ortamında ekonomik büyümede büyük ve önemli bir rol oynamaktadır. Kalkınmanın ve ekonomik büyümenin itici gücü olan girişimcilik sayesinde, yenilik ve yaratıcılık yoluyla rekabet artmakta, yeni iş kolları ile istihdam sağlayarak işsizliğide çözüm sunulmaktadır (Çögürcü, 2016: 65). Yeni iş alanlarının yaratılması, işsizlik oranında düşüş, refahın toplumsal tabana yayılması, dengesiz bölgesel gelişmişliğin ortadan kaldırılması, yeni mal ve hizmetlerin kullanıma sunulması ve toplumun değişim ve gelişim sürecinde katkıda bulunması girişimciliğin ülke ekonomisine ve topluma katkıları arasında sayılabilir (Kendirli ve Şenöz, 2019: 95; Gerni ve diğerleri, 2013: 763; Halaç ve Meşe, 2021: 256). Bölgeler arası kalkınmışlık düzeyleri açısından farklılıklar özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde karşılaşılan sosyo-ekonomik sorunların başında gelmektedir. Birçok ülke bu soruna çözüm üretebilmek, yatırımları bu bölgelere çekebilmek ve büyük kentlere göç veren kırsal alanları kalkındırarak yaşam standartlarını düzeltmek amacı ile çeşitli politikalar ile teşvikler uygulamaktadırlar (Sevinç, 2011: 36). Ekonomik kalkınmanın bir parçası olan bölgesel kalkınmada girişimcilik faaliyetlerinin bu bölgelerde yaygınlaşması ile iş imkânları artarak bölgede refah düzeyi yükselirken, yaşam standartları ve çalışma koşulları da iyileşmektedir (Perktaş, 2014: 477).

Günümüzde az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ortak noktaları, girişimci sayılarının azlığı ve devlet politikalarının bu konudaki yetersizliğidir. Ülkelerin kalkınması ve ekonomik anlamda büyümesi ve gelişmesi ve küreselleşen dünyada hızlı bir şekilde değişen koşullara ayak uydurabilecek ve bu şekilde ülke ekonomisine katkı sağlayabilecek girişimcilerin ortaya çıkması, gerekli girişimsel ortamın ve girişimci kültürün sağlanmasına bağlıdır. Bu durumda sürdürülebilir kalkınma ve ekonomik gelişimden bahsedilebilmesi için ülkelerin tüm çalışma yaş aralığında bulunan nüfusunun istihdama ve girişimciliğe eşit bir biçimde katılmaları büyük önem arz etmektedir. Ancak literatür araştırmasında görüldüğü üzere, tarihsel süreç boyunca girişimcilik en gelişmiş ülkelerde dahi erkeklerin tekelinde olmuştur. Gerek toplumsal norm ve değer yargıları, gerekse toplumsal cinsiyet eşitsizliği kadının girişimcilik faaliyetinde bulunmasının önündeki engellerden olmuştur. Günümüzde girişimciliğin öneminin anlaşılması ile toplumun her bir bireyinin, özellikle atıl durumdaki kadın iş gücünün ve emeğinin ekonomiye katılması önem teşkil etmektedir.

1995 yılında Çin’de gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler (UN) Dördüncü Dünya Kadın Konferansında kabul edilen Pekin Deklarasyonu ve Eylem Platformu'na göre girişimcilik, cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında ve kadınların ekonomik güçlendirilmesinde anahtar unsurlardan biri olarak onaylanmıştır (Eylem Platformu ve Pekin Deklarasyonu, 1995: 29-30). Birleşmiş Milletlerin 17 başlıktan oluşan sürdürülebilir kalkınma hedeflerinde girişimcilik ile eşitlik ve güçlendirme yaklaşımına vurgu yapılarak, kadınların kalkınmadaki önemi üzerinde durulmuştur. Özellikle toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yaşandığı ülkelerde kadınlar aktif iş hayatına katılamadıkları gibi sosyal hayatta da görünmez sayılmaktadırlar. Bu durum beraberinde kadın yoksulluğunda getirmektedir (Yıldırım ve Gül, 2021: 687).

Girişimciliğin öneminin anlaşılması ve kadınlar çalışma hayatında yer bulsalar da, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve neo liberal politikaların sınırlarını çizdiği ölçüde rollerini oynamaya çalışmaktadırlar (Çitçi ve Sağır, 2017: 47). Özellikle ataerkil toplumlarda girişimcilik kadının esas görevlerini yerini getirdiği ev ile iş yaşamını dengelemenin alternatif bir yolu olarak görülmektedir. Ancak kadın girişimcilerin sayısının artması ve başarılı işlere imza atmaları ile kadın girişimciliği de toplumsal ve kültürel bir değişimi başlatmaktadır. Bugüne kadar neo liberal bakış açısı ile yaklaşılan, kültürel ve toplumsal norm ve kurallardan ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden etkilenen kadın girişimciliğine yönelik politikalar belirlenirken kadının mevcut durumu ve toplumsal baskın görüşün iyi incelenmesi ve kadının özelinde çalışmalar ve politikalar belirlenmesi önemlidir. Ancak çok yönlü bakış açısı ile ülkelerin gelişmesinde kilit role sahip girişimcilikte kadınların katılım oranı yükseltilebilir. Kadınların katılımıyla, ülke bazında girişimci sayısında artış yaşanabilir.

1.4. TURİZM VE GİRİŞİMCİLİK

Endüstri devriminin etkisi ile yaşanan sosyal, ekonomik ve kültürel değişimler turizm sektörü üzerinde de etkisini göstermiştir. Çalışma şartlarındaki değişim, ücretli izin hakkı, teknolojik değişimler, seyahat özgürlüğü, ekonomik özgürlükler, bireylerin refah seviyelerinin artması, ulaşımdaki ve teknolojideki gelişimler gibi faktörler turizm sektöründe etki etmiştir (Kozak, 2012: 46; Kaygısız, 2023: 125). Ulaşım yollarından havayolu taşımacılığının yaygınlaşması ve daha erişilebilir olması, paket turların cazibesi, teknolojideki hızlı değişimle beraber internet sayesinde sosyal medyanın ciddi bir pazarlama aracı olması, insanları turizme daha

fazla teşvik etmektedir. Günümüzde turizm sektörü, küresel ölçekte sosyo-ekonomik kalkınmada büyük etkilere sahip, dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden birisidir. Özellikle gelişmekte olan pek çok ülke için kalkınmada kilit rol üstlenmekte, Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) ve istihdama önemli katkılar sağlamaktadır. 21. yüzyıl itibari ile sektörel hacmi, petrol, otomotiv ve gıda ürünlerinin hacmine eşit hatta pek çok ülkede bu sektörleri geçer konumdadır (Saridoğan, 2020: 829). Ulaşım yollarındaki alternatifler, her bütçeye uygun destinasyonların çoğalması ve farklılaşması, teknolojik gelişmeler ve sosyal medyanın etkisi, uzakları yakın hale getirmiş ve günümüzde turizmdeki hareketliliği arttırmıştır. Böylece insanların boş vakitlerini değerlendirmek, sosyal yaşantılarına hareket getirmek, dinlenmek, gezmek, eğlenmek ve sağlık gibi pek çok farklı ihtiyaçlarla yaptıkları turizm hareketi, ülkeler içinde bambaşka boyutlarda farklılıklar yaratmıştır. Turizm, bölgesel gelişmede önemli bir rol üstlenirken aynı zamanda ülkelerin ödemeler dengesinde, istihdamda ve kişi başı düşen gelir seviyesindeki katkıları ile ülkelerin kalkınmasında önemli bir katalizör görevi görmektedir. Bunun yanı sıra ülkelerin turizmden elde ettikleri uluslararası döviz gelirleri bütçe açıklarını finanse etmektedir (Bahar ve Bozkurt, 2010: 256; Saridoğan, 2020: 230; Kaygısız, 2023: 125). Turizm ürünlerinin üretildiği yerde tüketilmesinden ve ihracatı mümkün olmayan mal ve hizmetler olması nedeniyle elde edilen döviz sonucu turizm görünmeyen ihracat kalemi olarak kabul edilmektedir (Kaygısız, 2023: 131).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi(WTTC)'nin verilerine göre turizm sektörü dünya ekonomisine 8,9 trilyon dolarlık katkı sağlayarak, dünya genelinde toplam istihdamın %10'unu karşılamakta ve 330 milyon kişiye iş imkânı sunmaktadır (World Travel and Tourism Council, 2023). Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Aralık 2023'de açıklanan sınır giriş istatistiklerine göre, 2023 yılında ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısında, 2022 yılına göre yüzde 10,42 oranında artış yaşanılarak, toplam 49 milyon 209 bin180 kişi ülkemizi ziyaret etmiştir. Yurtdışında yaşayan ve ülkemize gelen vatandaş ziyaretçiler ile bu sayı 56,6 milyona ulaşmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

Turizm sektöründe girişimcilik kavramının akademik literatürde ortaya çıkışı kent yönetimlerinin yerel ekonomiyi canlandırmak amacıyla turizme yönelmeleriyle birlikte 1970'li yıllarda başlamıştır (Aras ve Çamur, 2020). Turizm girişimciliği, *“turizm sektörüne yönelik her türlü yatırım ve işletmecilik faaliyetlerini ifade eden kavram* olarak Online Türkiye Turizm Ansiklopedisinde yer almaktadır. Turizm girişimciliği, *“bir destinasyonun gelişmesini sağlamak amacıyla, turizm kaynaklarının*

turistlerin talepleri doğrultusunda kullanılmasını amaçlayan; risk, yatırım, yenilik, rekabet, üretkenlik gibi unsurların vasıtasıyla gerçekleştirilen bir değer yaratma süreci” olarak tanımlanmaktadır (Aslan, 2019: 619). Turizm girişimcisi, algılanan bir pazar fırsatını yasal, marjinal veya yasadışı olarak takip etmek için parasal ve/veya parasal olmayan nedenlerle motive olan bir turistik girişimin yaratıcısı olarak tanımlanabilir (Koh ve Hatten, 2008: 25). Burada yasa dışılıktan kasıt, seks, uyuşturucu, oyun turizmi olarak geçen birçok ülkede yasa dışı olan ancak bazı ülkeler için gelir kapısı olan turizmdir.

Girişimcilik, hizmet sektörleri içerisinde çok önemli bir yere sahip olan Turizm sektörünün gelişimine de katkı sağlamaktadır. Bir toplumda sürekli olarak turizm merkezleri başlatıldığında ve bunlar hayatta kalıp büyüdüğünde, girişimciler, çalışanlar, hissedarlar, hükümetler, diğer işletmeler, sakinler ve ziyaretçiler herkes kazanır. Bu nedenle turizm girişimcisinin rolü göz ardı edilmemelidir. Sektörünün paydaşları da göz önünde bulundurulduğunda, turizm sektöründeki girişimcilerin sektörel açıdan ciddi olumlu çıktıları olduğu gözlemlenmektedir. Zira turizm paydaşlarını da doğrudan ya da dolaylı etkileyebilmektedir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren girişimciler turizmde nitelikli büyümeyi teşvik eden en önemli unsurlardan biridir. Özellikle yeni destinasyonların pazara kazandırılmasında ve destinasyonların gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Girişimciler tarafından destinasyonda otel, restoran, seyahat acentesi, hediyelik eşyacılar ve pansiyonlar gibi işletmeler vasıtası ile sunulan mal ve hizmetler, turistik destinasyonun oluşumuna ve gelişimine katkı sağlamaktadır. Turistik işletmelerin varlığı toplumun ekonomik ve sosyal refahına katkıda bulunur. Yeni istihdam fırsatları yerel ekonominin diğer sektörlerinin de canlanmasına olanak sağlar. Bir bölgenin turizme açılması farklı turistik girişimcilik fırsatlarının da görünür hale gelmesine olanak tanır (Koh ve Hatten, 2008: 23). Bulundukları bölgelerin ekonomisini canlandırırken, istihdam sağlayarak, tedarik zinciri kurarak diğer işletmeler için de gelir yaratmakta ve bölge halkının refahının artmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle kırsal alanlarda yapılan turizm yatırımları önemlidir. Cumhuriyetin ilanından sonra nüfusun yaklaşık %25'i şehirlerde, %75'i kırsalda yaşarken, bu oran 2000'li yıllardan sonra istihdam imkânlarının yetersizliği, sanayileşmenin ve iş imkânlarının şehirlerde olmasından dolayı tersine dönmüş, şehirlere büyük göçler başlamıştır (Bakay ve diğerleri, 2020: 296). Turizm yatırımları ile bölge ekonomisinin canlanması, yeni iş kollarının ortaya çıkması ile istihdam yaratacağından tersine göçün gerçekleşmesine de etki edecektir. Literatürde turizm girişimciliğini diğer sektörlerdeki girişimcilikten ayıran

bazı özellikler olduğu ifade edilmektedir. Turizm sektöründe uzun vadeli hedef, hem kaliteli turistik deneyimler sağlamak ve kaynakların aşırı kullanımını önlemek hem de gelecek nesiller için korumayı teşvik etmektir. (Uysal ve diğerleri, 2015: 245). Bir bölgenin iklimi, yer şekilleri, flora ve faunası, tarihi kalıntıları ve etno-kültürel bölgeleri, ancak turizm girişimcisi olduğunda dönüştürülerek turizm kaynakları haline gelmektedir. Turizm girişimcilerinin yokluğunda, sular turizm kaynakları olarak değil, doğal çöplükler olarak görülebilir; dağlar manzara noktaları ya da potansiyel kayak alanları değil, doğal engellerdir; flora ve fauna korunmaya değer yaban hayatı değil, doğal besin kaynaklarıdır; tarihi eserler ise kültürel miras değil, geçmiş dönemlerin kalıntılarıdır (Koh ve Hatten, 2002: 22). Örneğin, Las Vegas, Nevada Çölünün dönüşümü, Orlando, Florida portakal bahçelerinin dönüşümü dünyadan verilebilecek örneklerdendir. Koh ve Hatten çalışmalarında, turizm girişimcisini bir topluluğun turizm manzarasının heykeltraşı olarak tanımlamışlardır. Çünkü turistik işletmelerin doğuşu bir doğa olayı değil, turizm girişimcisinin bir eylemidir.

Alan yazını taramasında çalışmaların ağırlıklı olarak turizmin ekonomi üzerindeki etkileri üzerinde durulduğu görülmüştür. Oysaki turizm ancak turizm girişimcilerinin varlığı ile mümkündür. Bunun içinde elverişli turizm yatırım ortamı sağlamak kadar turizm girişimcisine sahip olmak da bir o kadar önemlidir. Ayrıca tüm destinasyonlarda ama özellikle cazibe merkezi haline gelen yerlerde sürdürülebilirliğin önemi büyüktür. Hızlı tüketimin yaşandığı günümüz koşullarında, doğal kaynakların tehlike altında olması turizminde çevresel kaynakları en çok kullanan sektör olması nedeniyle sürdürülebilirlik çok önemlidir. Bu nedenle de uygulanacak politikalarda bu hususlara dikkat edilmesi, toplumun kültürel ve çevresel zenginliklerinin korunması büyük önem arz etmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Girişimciliğin 1980'li yıllarda hız kazanması ile birlikte, tüm dünyada hem toplumsal hem ekonomik dönüşümler başlamış, en fazlada kadınlar üzerinde etkileri olmuştur. Kadınların istihdama katılımı Sanayi Devrimi ile başlamıştır. Sanayi devrimi öncesine kadar kadınlar her ne kadar dokuma, tarım gibi alanlarda üretimde yer alsa da (Dumlu, 2022: 13), "kadının yeri evi" olarak görülmüş, kadınlar ücretsiz aile işçisi olarak benimsenmişlerdir (Milliken ve diğerleri, 1998: 581). Kadınlar geleneksel rollerinin fazlaca dışına çıkamamışlar, ücret karşılığında "işçi" statüsü ile çalışmaları sanayi devrimi ile mümkün olabilmıştır (Özer ve Biçerli, 2003: 56). Makineleşmenin arttığı bu dönem, tarımsal faaliyetlerde de insan iş gücünün yerini makinelerin alması ile kırsalda tarım sektöründe çalışan kadınların kentlere göç etmesinde ve fabrikalarda işçi olarak ya da evlerde temizlik işlerine başlamalarına neden olmuştur. Hobsbawm (aktaran, Dumlu, 2022: 13), Sanayi devrimini, kadın iş gücü kavramının oluşumuna sebep olan önemli tarihsel bir gelişme olarak değerlendirmektedir. Sanayi devrimi, kadının üretici olarak kimlik kazanmasında, emeğinin karşılığında para almasında ve toplumsal anlamda konumunda değişimlerin başlamasına neden olmuştur.

Kadının toplumdaki yeri geleneksel olarak incelendiğinde, "annelik" vasfının baskın geldiği ve bu nedenle de çalışma hayatına katılımı geri planda yer aldığı gözlemlenmektedir. Erkek egemenliğinin üstün olduğu ataerkil toplumlarda bu durumla daha çok karşılaşılmaktadır. Bir toplumdaki cinsiyet tabakalaşmasının derecesi, erkeklerin üreme birimi dışındaki kaynakların dağıtımına ne ölçüde hâkim olduklarına dayanmaktadır (Huber, 1976: 371). Nitekim farkın yüksek olduğu İslam ülkeleri, Latin Amerika ve Akdeniz ülkelerinde dini ve kültürel nedenlerle kadınların piyasada çalışmalarının fazlaca onay görmediği bilinmektedir (Özer ve Biçerli, 2003: 62). Bu tarz toplumlarda erkek dışarıda üretimde ve eve gelir getirme, para kazanma konusunda aktif iken kadın kendisine atfedilen çocuk doğurmak, bakımı ve büyümesinden sorumlu olmak, temizlik, yemek, bulaşık gibi ev işlerini yerini getirmek gibi evin düzeninden sorumlu tutulmaktadır. Kadının birincil kimliğinin "annelik" olması istihdama katılımının önündeki engellerden birisidir. Sanayi devrimi ve peşinden yaşanan I. Dünya ve II. Dünya savaşları ile erkeklerin orduya katılımı nedeniyle istihdamda yer alamamaları beraberinde ucuz iş gücüne ihtiyaç duyulmasını, "atıl iş gücü" olarak tanımlanan kadının vasıfsız işlerde üretime ve

istihdama katılmasına neden olmuştur. Yaşanan bu gelişmelerle kadınlar konumlarını ve üretimdeki paylarını arttırsa da kadının erkeğe göre ikincil konumu ve cinsiyet eşitsizliği devam etmiştir.

Küreselleşen dünyada, artan rekabet ile birlikte ekonomik kalkınmanın birinci koşulu var olan tüm üretim faktörlerinden en üst verimi alarak yararlanmaktır. İşgücü kullanımının önemli olduğu ekonomik ve toplumsal kalkınmada özellikle gelişmekte olan ülkelerde ve az gelişmiş ülkelerde izlenen en büyük sıkıntı cinsiyet açısından kadınların aleyhine işleyen dengesiz dağılımdır. Her ne kadar kadınların yaşadıkları bu durum ülkelerin gelişmişlik ve az gelişmişlik seviyelerine bağlansa da genel anlamda gelişmiş ülke olarak nitelendirilen toplumlarda da kadınların erkeklerin gerisinde kaldığı görülmektedir (Yılmaz ve Zoğal, 2015: 4). Sanayi devrimiyle üretimin içinde önemli rol oynamaya başlayan ve önemi anlaşılan kadınlar hala iş piyasasında ve toplumsal yaşamda eşitsizliğe maruz kalmaktadırlar.

Kadınların kalkınmada oynadıkları rolün fark edilmesi ile birlikte bu geri kalmışlığın nedenleri pek çok araştırmanın konusu olmuştur. Ağırlıklı olarak demografik özellikler baz alınarak yapılan araştırmalarda kadınlar evli ya da bekar olma durumlarına, eğitimlerine ve çocuk sahibi olup olmamalarına göre değerlendirmeye tabi tutulmuşlardır (Çetin ve Sevüktekin, 2014; Korkmaz ve Korkut, 2012; Gürsoy ve Özsoy, 2012). Uzun yıllardır yapılan çalışmalarda bu sorunun nedenleri bu bakış açısı ile incelenmiştir. Ancak bugün gelinen noktada yapılan çalışmalar sosyolojik açıdan konunun ele alınmasının önemi üzerinde durmaktadırlar. Kadınların ekonomideki rolleri arttıkça ekonomik çıktıların yanı sıra toplumsal değişimlere de neden oldukları, bireysel bağlamda da olumlu gelişmeler yaşandığı gözlemlenmiştir (Bakay ve diğerleri, 2020: 295). Çalışmanın bu bölümünde kadın girişimci tanımları, motivasyonları ve girişimcilik sürecinde karşılaştıkları engellere yer verilerek, Feminist kuramlar, Bourdieu sosyolojisi ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında kadın girişimciler incelenmekte ve ekonomik ve toplumsal çıktıları üzerinde durulmaktadır.

2.1. KADIN GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

2.1.1 Kadın Girişimciliğinin Kavramsal Gelişimi ve Tanımı

Kadın girişimciliği çalışmalarındaki en temel sorun kavramın tanımlamasında yaşanmaktadır. Özellikle Türkçe literatürde kimlerin bu kategoriye yer alacağı ve

kimlerin kategori dışı kalacağı hakkında günümüzde hala kavramsal bir kargaşa bulunmakta ve çalışmalarda yeterli sayıda ve çeşitlilikte tanıma rastlanamamaktadır. Literatürde yer alan çalışmaların büyük bir çoğunluğunda erkeklerin kariyer tercihi olarak girişimciliği kadınlardan daha fazla tercih ettikleri görülmektedir (Gorji ve Rahimian, 2011; Yordanova, 2011; Zhang ve diğerleri, 2009). Ana akım girişimcilik ile ilgili literatür, esas olarak erkek girişimciye odaklanarak 1930'larda ortaya çıkmış ve 1990'ların başına kadar ağırlıklı olarak erkekler faaliyetlerine dayandırılmıştır. 1970'lerin sonlarında kadın girişimciliğinin bir alt alan olarak ortaya çıktığı görülmüştür (Jennings ve Brush, 2013). Özellikle girişimcilik kavramının öneminin fark edilmesi ile birlikte yapılan ilk çalışmalar incelendiğinde hem o zamanki girişimcilik ortamı nedeni ile hem de araştırmacıların bakış açısından kaynaklı olarak erkek ve kadın girişimcilerin her açıdan benzer olduğu kabul edildiğinden ayrı bir araştırma yapılma ihtiyacı duyulmamıştır. Kadın girişimcilerin kalkınmadaki öneminin anlaşılmasıyla birlikte konuya olan ilgide artmış ve araştırmalar da başlamıştır. Yapılan ilk araştırmalarda cinsiyet bir değişken olarak ele alınarak, kadın girişimcinin kim olduğuna (Birley ve diğerleri, 1987; Holmquist ve Sundin, 1988) veya kadın girişimcilerin erkek girişimcilerle nasıl karşılaştırıldığına (Masters ve Meier, 1988) odaklanılmıştır. Bu şekilde girişimci bireyi, girişimci olmayanlardan ayıran özellikler belirlenirken, ideal girişimci profili elde edilmeye çalışılmıştır. Feminist teorilerin girişimcilik literatüründe yer almasıyla birlikte girişimcilik çalışmaları farklı bir bakış açısı kazansa da çalışmaların çoğu deneysel olmaktan öteye gidememiş ve teorik sorunları açıkça ele alamamıştır (Snyder, 1995).

Literatürde "girişimci" ve "girişimcilik" için çok sayıda tanım bulunmaktadır ve her biri onu öneren akademisyenin benzersiz önyargısını veya gündemini yansıtır gibi görünmektedir (Bowen ve Hisrich, 1986: 394). Girişimciliği tanımlamak için kullanılan söylem ve kelimeler, onun nasıl düşünüldüğünün ve incelendiğinin sınırlarını belirlemektedir (Gartner, 1993: 234). Şu ana kadar girişimcilik hakkında ki tüm bilgiler yirminci yüzyılın erken dönem klasik çalışmalarından elde edilen bilgilere dayanmaktadır ve iktisadi teoriler girişimcilik faaliyetinin kapsamlı bir tanımını henüz sunamamışlardır (Bull ve Willard, 1993: 188; Ogbor, 2000: 614). Bugüne kadar girişimcilik kavramı üzerine yapılan tanımlar kişilere özgü nitelikler üzerinden yapılmıştır. Tanımlarda kadınsı özelliklerden çok erkeklere atfedilen özellikler yer almıştır. Girişimci hakkında kişisel olarak ne düşünülürse düşünülün, girişimcilik kadınsı olmaktan çok erkeksi, korkak olmaktan çok kahraman olarak karşımıza çıkmaktadır. "Rekabet gücü, hırs, güven, risk alma, güçlü liderlik özelliği,

cesaret”gibi girişimciyi tanımlarken kullanılan erkeksi özellikler ile girişimci ve erkek kelimeleri eşanlamlı bir hale gelmiştir ve erkeklere özgü bir iş olarak kabul edilmiştir (Pektaş ve Kurgun, 2023:161). Girişimcilik kavramının bu kadar erkeksi özellikler taşıma nedenlerinden biri olarak Fransızcadan gelen *entrepreneur* kelimesinin kökeninin eril bir anlam taşıması olduğu düşünülmektedir. Kelimenin kadın anlamındaki karşılığı nadir kullanılan *entrepneuse* kelimesidir (Doğan, 2021: 28). Kadın girişimciliğinin yaşanan ekonomik krizler ve savaşlar sonrası ekonomide yer alması ile artan önemi ile beraber kadınlar tanımlara daha sonra dâhil edilmeye başlanmıştır. Kavram ile ilgili çalışmalar yapan akademisyenler örgüt yazınının cinsiyet körü bir yapıya sahip olduğunu savunmuşlardır (İrefin ve diğerleri, 2012: 80).

Literatür incelendiğinde Türkiye’de yapılan kadın girişimciliği çalışmalarında yer alan tanımlarda; bazı araştırmacılar kadın girişimcileri benzersiz kişilik özelliklerine sahip olarak tanımlarken, diğerleri girişimci olarak oynadıkları rollere odaklanmıştır ve kesin ve net bir tanım yapamamışlardır. Kumkale çalışmasında (aktaran Muştu, 2023: 59), kadın girişimcilik kavramını, ev dışında kendisine ait bir iş yeri sahibi olan, mal ve hizmet faaliyetleri için özel sektörle veya kamuyla ilişkisi olan, mal ve hizmet üretim veya pazarlamasını üstlenen, başka kişilere de istihdam sağlayan, kazancını yatırıma dönüştüren işletme giderlerini üstlenen ve risk alan kişi olarak tanımlamaktadır. Saray’a göre (aktaran Bedük, 2005: 111),

Piyasa ekonomisi içinde, hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüştürülebilen mal veya hizmeti üretilip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı ve TESK’e bağlı Esnaf ve Sanatkarlar odalarına veya TOBB odalarına üye kaydı olan sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında, tek başına yada yanında başka kişileri istihdam eden kadın, kadın girişimcidir.

Kadın girişimciler *yenilikçi, kendine güvenen ve yaratıcı kadınlar olarak bireysel veya başkaları ile işbirliği içinde ekonomik bağımsızlık elde etmede yetenekli, kişisel, aile ve sosyal yaşama ayak uydurarak bir kuruluşu başlatıp, kurup ve işleterek başkaları için iş imkanları üretebilen kadınlardır* (Keskin, 2017: 73). Kadın girişimci; işveren, işyerinin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenmiş, bizzat işinin başında bulunan ve iş yerinde fiilen çalışan kişidir (Kızılaslan ve Karaömer, 2015: 372). Kadın girişimcilik tanımları başlığı altında yer alan tanımlar sınırlı sayıdadır. Bu durumda Türkçe literatürde kavram ile ilgili belirsizliklerin yaşandığını göstermektedir. Tanımlar bir girişimci tanımından ziyade işletme sahibi kadın tanımına daha çok uymaktadır. Ayrıca tanımların, girişimciliğin başlangıcından itibaren süregelen; yenilik yaratma, üretimde, pazar ağlarında ve üründe yaratıcılık

ve risk alma gibi girişimciliğe has özellikleri ve özellikle Schumpeter'ın üzerinde durduğu "yaratıcı yıkım" etkisini kapsamadığı görülmektedir.

Yabancı literatürde yer alan çalışmalarda ise farklı tanımlar mevcuttur. Kadın girişimciler, işletmelerinin kaynaklarını organize etme ve yönetme sorumluluğunu üstlenen ve kâr elde etme beklentisiyle tüm riskleri üstlenen, bilinçli karar veren ve yöneten bireylerdir (Tiwari, 2017: 49). Kadın girişimciler, bir işletmeyi başlatan, organize eden ve işleten kadınlar veya kadın grubu olarak tanımlanabilir. Hindistan Hükümeti, kadın girişimciliğini "bir kadının sahip olduğu ve kontrol ettiği, sermayesinin en az %51'i kadar mali çıkarı olan ve işletmede üretilen istihdamın en az %51'ini kadınlara veren bir işletme" olarak tanımlamıştır (Suganthi, 2009: 95). Avrupa Komisyonu kadın girişimciyi; kendi başına iş kuran veya hisselerin çoğuna sahip olan; risk alan, karar alan ve işin yürütülmesine aktif rol alan kişiler olarak tanımlamaktadır (Gedik ve Gürbüz, 2017: 423). Buttner ve Moore (aktaran Bakay ve diğerleri, 2020: 296), kadın girişimciyi, işletmeyi kuran, daimi yönetim kararına katkısı olan, hisselerinin en az yarısına sahip ve en az bir yıl veya daha fazla işletmede yer alan kadın olarak tanımlamaktadır.

Girişimcilik hakkında konuşurken kullanılan kelimeler, bu olgu hakkında düşünme yeteneğini etkiler ve bu düşüncelerin ardından eylemleri bu konuda yapılabilecek araştırmalara yönlendirir (Gartner, 1993:231). Venkataraman ve Sarasvathy (aktaran Gupta ve diğerleri, 2005:1) tarafından yapılan çalışmada yer alan metafor konuyu çok iyi özetlemektedir. "Girişimcilik araştırması uzun zamandır 'Juliet'siz Romeo ve Juliet'ti. Gartner'ın söyleminden de yola çıkarak Juliet'in girişimcilik çalışmalarında hala kendisine bir yer bulamadığını söylemek yanlış olmaz. Literatürde, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve maskülen söylemlerin izin verdiği ölçüde, iş hayatında kendine yer bulabilmiş kadın işletmeci tanımlarının ötesine geçmeyen tanımlar yer almaktadır. Bu durumda kadın girişimcilik çalışmalarının ilerleyememesinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

2.1.2. Kadın Girişimcilerin Motivasyonları

Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler üzerine birçok araştırma yapılmıştır. Bu faktörler ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Araştırmalarda kadınları girişimciliğe yönelten nedenlerin bazıları zorunlu iken bazıları teşvik edici sebepler olarak belirlenmiş (Bakay ve diğerleri, 2020: 296) ve çoğu araştırmada itici ve çekici faktörler başlığı altında toplanmıştır. İtici faktörler; iş hayatında karşılaştıkları engeller, ekonomik sıkıntılar, aile - iş dengesini kurma arzusu olarak sıralanırken,

çekici faktörler; bağımsızlık ihtiyacı, statü ve prestij kazanma arzusu, kendini gerçekleştirme, ek gelir elde etme, yatırım ve istihdam yaratma arzusu, risk almaya yatkınlık, iş tatmini, eğitim ve ailesel etkiler, rol modeller olarak sayılmaktadır.

Toplum bireyleri, cinsiyet, yaş, ırk, din gibi özelliklere göre sınıflandırmaktadır. Bu sınıflandırma ile bireylerin kişisel özellikleri göz ardı edilerek bağlı bulunduğu gruplara atfedilen özellikler ile değerlendirilmesi ayrımcılığı ortaya çıkarmaktadır. Kadına karşı cinsiyete dayalı ayrımcılık; kadınların medeni durumları gözetilmeksizin, her alanda insani hak ve temel özgürlüklerinden yararlanmasını engelleyici, yok sayıcı ayırım, mağduriyet ve kısıtlamadır. Günümüzde kadınların iş hayatında daha fazla yer alması ile birlikte yaşamın her alanına sirayet eden bu ayrımcılıktan kadınlarda etkilenmekte ve cinsiyetlerinden dolayı çalışma hayatında farklı engeller ile karşılaşmaktadırlar. Bazı çalışmalar, işe alım sırasında da adayların bilgi ve deneyimi dikkate alınsa da, cinsiyet ve ırk gibi diğer unsurların da dikkate alınabileceğini ve genellikle erkeklerin daha profesyonel ve yönetim becerilerinin daha yüksek olmasından dolayı tercih edilme olasılığının daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (Ayrancı ve Gürbüz, 2012: 130). Ayrımcılık, çalışanlar nitelikler veya verimlilik açısından eşit olsalar bile farklı ücret veya pozisyon gibi konularda da kendini göstermektedir. Bu tarz önyargılar, kadınların yetenek ve performanslarının değerlendirilmesini etkileyebilmekte ve bu da daha az terfi fırsatı, daha az güç ve daha düşük ücret anlamına gelebilmektedir.

Çeşitli nedenlerden dolayı ortaya çıkabilen ve görünmeyen bir engeli anlatmak için kullanılan cam tavan sendromu kadınların iş hayatında karşılaştıkları en büyük engellerden birisidir. İş hayatında yer alan bireylerin en büyük amacı, iş hayatında başarılı olmak ve bunun karşılığını maddi ve manevi olarak alabilmektir. Özellikle kadınların bu beklentilerinin önündeki en büyük engellerden birisi cam tavan sendromudur. Cam tavan, kadınların önündeki gayri-resmi terfi sınırıdır (İpçioğlu ve diğerleri, 2018: 687; Bakay ve diğerleri, 2020: 297). Cam tavanın başlıca nedenlerinden biri cinsiyet farklılıklarıdır. İlk defa 1986 yılında Hymowitz ve Schelhart tarafından ortaya atılan cam tavan kavramı, kadınların iş yerlerinde ve genel olarak kariyerlerinde terfi etmesini engelleyen, ırk, din, cinsiyet veya cinsel yönelim konularına dayalı her türlü gerekçelendirilmedir (Ayrancı ve Gürbüz, 2012: 128). Cam tavan kadınların yetenek ve performanslarından bağımsız olarak çalışma hayatında ilerlemesinin önündeki en büyük engellerdendir. Exeter Üniversitesi tarafından yapılan ve kadın yöneticilerin erkek meslektaşlarına göre başarısızlık riski yüksek güvencesiz işlerde çalışma olasılıklarının daha yüksek olduğunu öne süren

bir çalışmaya göre cam tavanı aşarak üst düzey yöneticiliğe geçen kadınların genellikle kendilerini bir cam uçurumun kenarında bulduğunu göstermektedir (Wilson, Kovacs ve diğerleri, 2006). Çalışmalar, kadınların özellikle skandallar, düşen satışlar, düşük büyüme, stratejik yanlış adımlar veya büyük sorunların farkında olunması olarak tanımlanan durumlarda yüksek riskli liderlik pozisyonlarına terfi ettirildiğini ortaya koymuştur (Kulich ve Ryan, 2017: 4). Böylece cam tavan engelini geçen kadınlar can uçurum ile karşılaşmaktadırlar.

Kadınları girişimciliğe iten bir diğer faktör ise aile ve iş yaşamı arasında denge kurma ihtiyacıdır. Teknolojideki hızlı değişim, zaman sıkıntısı gibi etkenler aile ve iş arasında denge kurmakta sıkıntılara neden olmaktadır. Kadın ve erkeklerin toplumdaki farklı sosyal sorumlulukları neticesinde, kadınlara atfedilen çocuk bakımı, yemek, temizlik, hasta bakımı gibi ev içi rollerden dolayı çalışan kadınlar bu dengeyi kurmakta zorlanmaktadırlar. İş yerinde mesai bitince bir de bu sorumluluklar ile ilgilenmeleri stres, başarılı olamama hissi, yetersizlik, kendine güven eksikliği, gibi birçok sorunu peşinden getirmektedir. Bu durum sadece kadını değil, hane halkını da etkilemektedir. İş ve aile için bu çift taraflı sorumluluğun yönetimi birçok kadın için önemli bir endişe konusudur. Ev hayatının sürdürülmesinde babaların ve kocaların sorumluluğu giderek daha fazla kabul görse bile, kadınlar hala bu sorumlulukların orantısız bir bölümünü üstlenmektedir. Olson ve Currie (1992) kadın girişimciler için en önemli değer aile güvenliği olduğunu sonucuna varmıştır. Kadınlar ikili sorumluluklarını yönetmek ve daha dengeli bir yaşam sürmek için daha fazla esnekliğe sahip olmak amacıyla kendi işlerini kurmaktadırlar (Akehurts ve diğerleri, 2012: 2493). Son yıllarda yapılan araştırmalar kadınların genellikle işle birlikte annelik rollerini daha iyi gerçekleştirebilmek ve aile - iş yaşam dengesini sağlayabilmek için girişimci olmayı tercih ettiklerini göstermektedir.

Kadınları girişimciliğe yönlendiren diğer bir faktör ise ekonomik nedenlerdir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği nedeniyle kalifiye işlere yerleşememesi, emeğinin karşılığını alamaması, kadın yoksulluğunda ki artış, adil olmayan ücretlendirme, iş bulamama ve ek gelir elde etme isteği gibi nedenlerden kadınlar girişimciliğe yönelmektedirler (Yetim, 2002: 87). Ülkenin ekonomik koşullarından kaynaklanan işsizlik sorunları, eşin ölümü ve boşanma bu grup içinde değerlendirilebilir (Tulan ve Türko, 2018: 287). İş yerinden duyulan memnuniyetsizlik, iş güvencesinin olmaması, maddi imkânsızlıklar, belirli bir ücret karşılığında başkasının emrinde çalışmayı

istememe gibi birçok sebep kadınları girişimciliğe iten nedenler arasında sayılabilmektedir.

Kadınları girişimciliğe yönelten çekici faktörler arasında ise; kendi işinin patronu olma isteği, risk almaya yatkınlık (Güney, 2008: 245), ekonomik bağımsızlığını kazanma isteği (Onan ve Saygın, 2002: 683), kendini gerçekleştirme ihtiyacı, saygı görmek, toplum tarafından kabullenilmek, fırsatları değerlendirme isteği sayılabilmektedir. Çalışmalar, kadınlar girişimciliğe katılmak için gerekli beceri ve bilgiye sahip olduklarını hissederlerse ve yeteneklerinin başarıya yol açacağına inanırlarsa, kendi işlerini kurma olasılıklarının daha yüksek olacağını göstermektedir (Baron ve diğerleri, 2001)

2.1.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Engeller

Toplumların ekonomik ve sosyo-kültürel yapıları kadınların girişimcilik sürecinde etkili olmaktadır. İş yaratımı, ekonomik büyüme ve refahın merkezi bir yolu olan girişimcilikte derin ve sürekli bir cinsiyet farkı tespit edilmiştir. Girişimciliğin erkeksi yapısı göz önünde bulundurulduğunda kadınlar girişimcilik sürecinde birçok farklı engel ile karşılaşmaktadırlar. İlgili alan yazını incelendiğinde kadınların en çok karşılaştığı sorunlar arasında, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin algılar, ekonomik belirsizlikler, erkekler ile eşit rekabet koşullarına sahip olmamaları, finansal engeller ve sosyal destek eksikliği gibi sorunlar ile karşılaştıkları görülmüştür.

Özellikle uluslararası arenada, iş kurma sürecinin en erken aşamalarında, girişimlerin yatırımcılarla eşleştirilmesi kritik derecede önemlidir. Girişimcinin iş teklifi ve önceki deneyimi, yatırım kararları için ana kriter olarak kabul edilmektedir. Amerika'da girişimcilerin cinsiyeti ve fiziksel çekicilikleri üzerine yapılan bir araştırmada, üç yıl boyunca düzenlenen üç girişimcilik yarışmasında sunulan sunumlar incelenmiştir. Yatırımcıların erkek girişimciler tarafından sunulan girişimcilik sunumlarını, içerik aynı olsa bile kadın girişimciler tarafından sunulanlara tercih ettikleri ve çekici erkekler daha ikna edici iken, kadın girişimcilerde fiziksel çekiciliğin önemli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Brooks ve diğerleri, 2013: 4427).

Geleneksel finansman kaynakları genelde erkek girişimcileri desteklemeye daha yatkındır ve kadın girişimciler, yatırımcıların cinsiyet temelli önyargıları nedeniyle daha az fon bulabilmektedirler. Bu durum, kadınların işlerini başlatmalarını ve büyötmelerini zorlaştırmakta ve ekonomik fırsatlarını sınırlandırmaktadır. Finansal kaynaklara erişim eksikliği, kadın girişimcilerin yenilikçi

projelere yatırım yapmalarını ve işlerini genişletmelerini engellemektedir. Bankaların kadın girişimcilerin kredi başvurularını değerlendirirken kullandıkları kriterlerin, erkek girişimcilere göre daha katı olduğu, kadın girişimcilerin iş planlarının yeterince ciddiye alınmadığı ve bu nedenle daha fazla ret kararı ile karşılaştıkları görülmektedir (Carter ve diğerleri, 2007: 430-433). Muğla'da kadın girişimciler üzerine yapılan bir araştırma sonucunda kadın girişimcilerin bir bölümünün banka kredisine başvurmalarına rağmen kredi alamamalarının en önemli sebebi olarak ağır kredi şartlarını kadınların sağlayamıyor olması gelmektedir (Can ve Karataş, 2007: 259).

Aile içi sorumluluklar, kadınların girişimcilik süresince karşılaştıkları en önemli sorunlardan birisidir. Ataerkil yapı nedeniyle kadınlar tarafından içselleştirilmiş roller nedeniyle, kadının birinci önceliği çocuk bakımı, temizlik, yemek, hasta bakımı gibi ev içi sorumluluklardır. Bu sebeplerden eş ya da aile bireylerinin iznini almadan bir kadının istihdama katılımı mümkün değildir (Bakay ve diğerleri, 2020; 297). İstihdama katılan kadınlar için, iş ve aile arasındaki dengeyi sağlamak, evdeki sorumluluklarını aksatmamak, rol çatışması ve zaman sıkıntısı gibi sorunlar, kadının işindeki başarısını da etkilemektedir (Arslan ve Toksoy, 2017: 134; Soysal, 2013: 170). Bu tür sorumluluklar toplumsal olarak inşa edilmiş ve tarihsel olarak atfedilmiştir. Dolayısıyla kadınlar, yarı zamanlı, ev tabanlı firmaları çalıştırırken sınırlı girişimcilik hırslarını veya sınırlı sermayeyi yansıtan bir seçim sergilememekte, sosyal zorunluluklara ve atfedilen rollere yanıt vermektedirler (Marlo ve McAdam, 2013: 119). Kadın bir taraftan içselleştirildiği ev içi rollerini yerine getirirken diğer taraftan iş yerindeki sorumluluklarını yerine getirmek zorundadır. Hane içi iş yükü, eğitim eksikliği, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, rol model eksikliği, iş deneyimlerinin az olması gibi sebeplerden kadınlar girişimcilik sürecinde zorlanmaktadır. Ataerkil yapıdan kaynaklı toplumsal değerler ve gelenekler nedeniyle toplumun kadına bakış açısı kadınların girişimciliğe başlarken ve sonraki süreçlerde karşılaştığı sorunlardan biridir. "Kadının yeri evidir" düşüncesi hala geçerliliğini korumakta ve kadınların büyük bir bölümü bu nedenle toplumsal destek görmemektedirler.

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları diğer bir engel ise "kadın işi" ve "erkek işi" olarak iş kollarında yaratılan ayrımdır. Bu durum kadınların önünde ki iş seçeneklerini daralttığı gibi kadınların daha çekimser kalmalarına ve pasifleşmelerine neden olmaktadır. Günümüzde kadınların istihdama katılımındaki artış meslek seçimlerinde cinsiyete dayalı iş bölümünün kalktığına dair yanlış bir

izlenim verebilmektedir. Mesleki seçimler, cinsiyete göre belirlenmektedir. Kadınlar genellikle sekreterlik, öğretmenlik, hemşirelik, bakım hizmetleri gibi mesleklere uygun görülürken, erkekler, mühendislik, doktorluk, askerlik, polislik gibi teknik, bilimsel mesleklere yönlendirilmektedirler (Karatepe ve Arıbaş, 2017: 8; England, 2010: 154). England çalışmasında, kadınların çoğunlukta olduğu mesleklerin değersizleştirilmesi ve düşük ücretlendirilmesinin, erkek mesleklerini kadınlar için daha cazip hale geldiğini ve kadınların erkek mesleklerini seçmeleri yönünde teşvik ettiğini savunmaktadır (England, 2010: 153). Kadınların çoğunlukta olduğu mesleklerde ödenen ücretin, erkeklerin daha fazla olduğu mesleklere göre ortalama olarak daha az olduğunu göstermiştir. Kadın girişimcilerin firmaları ise hizmet sektörünün kalabalık ve düşük katma değerli sektöründe yoğunlaşmıştır (Marlow ve diğerleri, 2009; Wilson ve Tagg, 2010). Bu tür sektörler, erkeklerin hakim oldukları teknoloji gibi sektörler nazaran daha düşük kazancı olan sektörlerdir. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde, kadınların sahip olduğu şirketlerin işletme profilleri, ekonomik faaliyetlerinin yanı sıra bakım sorumluluklarını da barındıran genelleştirilmiş feminize edilmiş çalışma modellerini de yansıtır (Marlow ve McAdam, 2013:119). Yapılan bir araştırmanın sonuçları, serbest çalışan kadınların yaklaşık yarısının yarı zamanlı (haftada 30 saatten az) çalıştığını ve yaklaşık üçte birinin işlerini evde yürüttüğünü göstermektedir (Bosma ve Harding, 2006). Feminist teorisyenlerin ileri sürdüğü gibi, kadınların meslek tercihlerinde toplum beklentilerini karşılayacakları şekilde ev içi emek ve çocuk bakımını aksatmayacakları esnek çalışma şekillerini benimsedikleri gözlemlenmiştir. (Rouse ve Kitching, 2006). Geçmiş yıllara nazaran günümüzde kadın istihdamında ciddi bir artış yaşanmaktadır. Kadınların eğitime ulaşabilirliğinin artmasına ve daha önce erkeklerin egemen olduğu doktorluk, mühendislik, avukatlık gibi birçok meslekte yer almalarına rağmen, toplumsal cinsiyet yapısına dair var olan kalıplaşmış inanç sistemi ve erkeklerin ve kadınların ilgi ve becerilerde doğuştan ve temelde farklı olduğu düşüncesi halen kadınların önünde ki en büyük engellerdendir.

2.1.4. Kadın Girişimciler ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

Kadın ve erkek girişimciler arasında girişimcilik açısından farklılıkları belirlemek amacıyla birçok farklı araştırma yapılmıştır. Gözlemlenen farklılıklar her bir araştırmada farklı şekillerde yansıtılsa da genel olarak olaya yaklaşım tarzı, hangi açılardan yaklaşıldığı gibi noktalarda değişiklik göstermektedirler. Neden farklı

olduklarına dair yapılan kimi araştırmalar bireylerin psikobiyolojik özelliklerine odaklanırken, bazıları bireylerin içinde bulundukları sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel faktörleri ele alarak incelemişlerdir (Keskin, 2017: 65). Araştırma sonuçları incelendiğinde birçok farklı neden bulunmakla beraber bu nedenler tam olarak ifade edilmiş değildir. Genel yargı, erkeklerin girişimciliğe kadınlara göre önemli ölçüde daha meyilli olduğu yönündedir. Girişimcilik ile ilgili çalışmalarda ilgi, tutum ve davranışta önemli cinsiyet farklılıkları bulan (Shinnar ve diğerleri, 2012; Yardanova ve Tarrazon, 2010; El Harbi ve diğerleri, 2009; Asos ve diğerleri, 2007) çalışmalar olduğu kadar, bu farklılıkları bulmayan çalışmalarda bulunmaktadır (Maxfield ve diğerleri, 2010; Wilson ve Tagg, 2010; Veciano ve diğerleri, 2005). Bazı çalışmaların sonuçları ise, cinsiyet farklılıklarının kültürle ilişkili olduğu yönündedir (Shinnar ve diğerleri, 2012; Strobl ve diğerleri, 2012).

Feminist bilim insanları, biyolojik cinsiyet (erkek veya dişi üreme organlarına sahip insan bedenleri) ile sosyal olarak yapılandırılmış cinsiyet, yani kadınlık veya erkeklikle ilişkili sosyal uygulamalar ve temsiller arasında ayırım yapmak için cinsiyet terimini ortaya atmışlardır (Acker, 1992: 565). Biyoloji, anatomi, hormonlar ve fizyolojiye atfedilen cinsiyet ile toplumsal, kültürel ve psikolojik yollarla oluşturulan cinsiyet arasındaki ayırım, sosyal bilimlerde önemli bir ayırımdır (Ahl, 2006; West ve Zimmerman, 1987). Yapılan çalışmalara göre, her kültürün sahip olduğu normlar cinsiyet davranışları üzerinde sınırlandırıcı bir etkiye sahiptir ve aynı zamanda sosyal etkileri vardır. Toplumda erkek ve kadınlara atfedilen basmakalıp özellikler, çeşitli mesleklerin eril veya dişil olarak sınıflandırılmasını etkiler ve bu da insanların bu tür işlere olan eğilimlerini etkilemektedir (Cejka ve Eagly, 1999). Örneğin, erkekler kadınlara kıyasla matematik ve fen bilimlerine katılmaya ve bu alanlarda başarılı olmaya daha yatkındır ve eğilimlidir; kadınlar ise erkeklere kıyasla sanat ve dillere daha yatkındır (Nosek ve diğerleri, 2002). Terim ortaya atıldığından beri kabul görmekle beraber sosyal olarak oluşturulmuş toplumsal cinsiyet yerine biyolojik cinsiyet ile aynı anlamda kullanılmaktadır.(Ahl, 2006: 596). Feminist bakış açısının ve kuramlarının literatüre girmesi ile birlikte, kültürel normların cinsiyet üzerindeki etkileri inceleme konusu olmuş ve girişimciliğin cinsiyetleştirildiği yönünde bulgular elde edilmiştir. Ahl (2006), çalışmasında cinsiyet farklılıklarının kadın ve erkek arasındaki güç ilişkilerinde büyük ve önemli etkileri olduğunu belirtmiştir. Cinsiyete dayalı araştırmalar ile kadın ve erkek arasındaki kutuplaşmanın tekrar inşasının gerçekleştiği ve bu durumun kadının ikincil rolünü yeniden üretme riski taşıdığını iddia etmiştir.

Çalışmaların büyük bir çoğunluğunda, girişimci ve girişimciliğin "erkeksi" niteliklere sahip oldukları belirtilmiştir. Bunun sebepleri arasında özellikle 1980'li yıllara kadar girişimcilik çalışmalarında erkek zahirinin kullanılması, kişilik özelliklerinde daha çok erkeklere has özelliklere yer verilmesi sayılsa da, bazı yazarlar bu durumu kadın girişimcilerin hem medyada hem de araştırmalarda görünmez olarak kabul edilmelerine, yok sayılmalarına bağlamaktadırlar (Baker ve diğerleri, 1997). Ayrıca Doyle ve Paludi ile Fausto ve Sterling tarafından yapılan çalışmalarda (aktaran Ahl, 2006), aynı cinsten bireyler arasındaki psikolojik farklılıkların, cinsiyetler arasındaki ortalama farklılıklardan daha büyük olduğunu göstermektedirler. Girişimcilik literatüründeki bazı çalışmalar, erkekler ve kadınların girişimcilik faaliyetleri arasındaki belirgin ve kalıcı farklılıkların cinsiyet karakterizasyonu ile ilişkili olabileceğini öne sürmektedir (Carter ve diğerleri, 2007; Greer ve Greene, 2003; Marlow, 2002). Gupta ve diğerleri 2003-2004 yılları arasında Amerika, Türkiye ve Hindistan'ı içine alan üç ayrı ülkede, üç ayrı üniversite kampüsünde işletme okuyan toplam 453 öğrenci üzerinde çalışma yapmışlardır. Çalışmada, erkeklere ve kadınlara atfedilen özellikler hakkında yaygın olarak paylaşılan inançlar olan cinsiyet stereotipleri ile erkeklerin ve kadınların girişimci niyetleri arasındaki önemli ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırmada; girişimciliğin genellikle erkeksi bir alan olarak görüldüğü; hem erkeklerin hem de kadınların girişimciliği erkek tipi bir meslek (erkek cinsiyet rolü stereotipi) olarak gördüğünü ispatlanmıştır. Sonuçlar ayrıca kadınların, girişimcilik ve kadınsı özellikler arasında önemli bir ilişki gördüğünü ortaya koymaktadır. Çalışma, girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak seçme niyetiyle ilişkili olanın kişinin cinsiyeti değil, cinsiyet kimliği olduğunu da göstermektedir. Dolayısıyla " girişimci düşün, erkek düşün " fenomeninin kültürler üstü bir yapıya sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınlardan daha fazla erkeklerin girişimciliği bir kariyer olarak sürdürdüğü kabul edilen bir gerçektir. Ayrıca Lee-Gosselin ve Grisé (1990) (aktaran Mirchandani, 1999: 227), "Kadın işletme sahibi-yöneticiler girişimcilik tanımlarımıza meydan okuyor mu?" başlıklı makalede, kadınların küçük firmaların büyümeye yönelik olması gerektiği fikrine meydan okuduğunu ileri sürmüşlerdir. Kanada Quebec'teki kadınlarla yapılan görüşmelere dayanarak, kadınların girişimci rollerini aile ve sosyal rollerle dengelemelerine olanak tanıyan 'küçük ve istikrarlı' firmalar kurarak gösterdiklerini belirtmişlerdir.

Cinsiyete dayalı kişilik özelliklerini temel alarak yapılan araştırmalarda, kadınların genel olarak daha fazla kendilerini ifade etme, bağlılık, ilişki kurma,

nezaket, destekleme, çekingenlik özelliklerine sahip olduğuna inanıldığı, erkeklerindaha saldırgan niteliklerle; bağımsızlık, saldırganlık, özerklik, araçsallık, cesaret gibi özelliklerle ilişkilendirildiği görülmektedir. Benzer nitelikteki çalışmalarda da, kadınlar daha uzlaşmacı, sabırlı, demokratik ve insancıl bir görünüm sergilerken, yardımlaşma konusunda da daha hassas oldukları gözlemlenmiştir (Bakay ve diğerleri, 2020: 306).

Bu cinsiyet stereotipleri sadece erkeklerin ve kadınların nasıl olduklarını değil, aynı zamanda nasıl olmaları gerektiğini de tanımlamaktadır (Heilman ve diğerleri, 2004; Schein, 2001). Ancak bu konuda yapılan çalışmalara da itirazlar bulunmaktadır. Araştırmalarda girişimcilik performanslarını ölçmek, başarılı girişimci tanımlarını ortaya çıkarmak için kullanılan ölçeklerin objektif olmayan, erkeksi normlar üzerinden maskülen söylemler ile belirlenen bilgileri yansıtan ölçekler olduğu yönünde itirazlar bulunmaktadır (Halaç ve Meşe, 2021: 258). Bu değerlendirmelerde kadınların erkeklere göre daha az riski aldığı sonucunun çıkmasının şaşırtıcı olmadığı savunulmaktadır. Risk almanın girişimcilik kavramının en önemli belirleyenlerinden biri olmasından dolayı kadın ve erkek girişimciler arasında ilk önce buna bakılması gayet kabul edilebilirdir (Croson ve Gneezy, 2009). Cooper ve diğerleri (2000) riskli davranışlarda cinsiyet ve kişiliğin rolünü araştırdıkları çalışmalarında risk alma yönelimi açısından kadın ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkarmışlardır. Pek çok araştırmacı bu farklılıkları biyolojik nedenlere bağlasa da, bu farklılıkların sosyal ve kültürel çevrenin etkisi ile oluştuğu tespit edilmiştir (Ahmad ve Bajwa 2023: 148).

Kutanis (2006) (aktaran Uygun ve Günaydın, 2019: 47) çalışması sonucunda elde ettiği bulgular, erkek girişimcilerin finansal beklentiler ile girişimcilik faaliyetine katıldığı buna karşılık kadın girişimcilerin bireysel beklentilerini gerçekleştirmek için girişimciliği tercih ettikleri ve ayrıca kadınların girişimcilik esnasında toplumsal desteğe erkeklerden daha çok ihtiyaç duyduğu yönünde olmuştur. Turan ve Hepkul (2016) (aktaran Aksay, 2019:45) tarafından yapılan ve cinsiyete yönelik motivasyon faktörlerini araştıran çalışma sonucunda her iki cins içinde birinci sırada gelir elde etmenin yer aldığı, ikinci sırada kadın girişimcilerde bağımsızlık arzusu, erkek girişimciler ise aile işini devam ettirme isteğinin bulunduğu belirlenmiştir. Motivasyon faktörlerinin ele alındığı başka bir çalışmada, kadın girişimcilerin iş ve ev içi sorumlulukları dengelemek ve çalışma saatlerinde sağladığı esneklik için girişimciliği tercih ettiği, erkek girişimcilerin ise ekonomik başarı ve beraberinde refah seviyesini yükseltmek amacıyla tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır (Gorji ve Rahimian, 2011:

33; Stefanovic ve Stosic, 2012: 335). Hisrich ve Peter (1989) (aktaran Yetim, 2002: 81) tarafından yapılan demografik bazlı çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, erkek girişimcilerin 25-35 yaş arasında ilk işlerini kurarlarken genellikle imalat ve inşaat sektörünü tercih ettikleri, kadın girişimcilerin girişimciliğe başlama yaş aralığının ise 35-45 yaş arası olduğu ve hizmet sektörü, eğitim, halkla ilişkiler gibi alanları tercih ettikleri belirlenmiştir. Yine benzer çalışmalarda; kadınların erkeklere göre, evli ve ilerleyen yaşlarda girişimcilik eğiliminde olduğu ve iş kurduğu görülmektedir (Aslan ve Atabey: 2007: 5).

Tablo 2: Hisrich 'e göre Kadın Girişimci ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Karakteristik Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Güdülenme	Başarı, birşeyler yapmaya duyulan arzu, Bireysel Bağımsızlık Kontrolü elinde tutma isteğinden kaynaklanan iş tatmini	Başarı, hedefin elde edilmesi, Bir işi tek başına yapmakla kazanılan bağımsızlık Önceki işe duyulan engelleme duygusundan kaynaklanan iş tatmini
Hareket Noktası	Bulunan işten tatminsizlik Yükseköğretimde iken veya eski işinde iken bu yeni işle az da olsa ilgilenmiş olma İşten atılma, işten çıkma Kazanma fırsatı	İşte engellenme duygusu Pazarda fırsat görme ve fırsatla ilgilenme Kişisel şartlardaki değişim
Fon Kaynakları	Bireysel birikimler Banka veya yatırımcılar Arkadaş veya aileden borç	Esnek ve hoşgörülü Hedef odaklı Yaratıcı ve gerçekçi Orta düzey kendine güven Meraklı ve enerjik Sosyal ve ekonomik çevre ile mücadele etme yeteneğine sahip
Mesleki Geçmiş	Ücretli iş deneyimi Tanınmış bir uzman veya alanda üst düzey başarı kazanma Farklı iş alanlarında deneyim.	İş alanında orta düzey yöneticilik Hizmet sektöründe çalışma
Kişilik Özellikleri	İkna edici Hedef odaklı Yenilikçi ve idealist Üst düzeyde kendine güven Meraklı ve enerjik kendi işinin patronu olma arzusu	Esnek ve hoşgörülü Hedef odaklı Yaratıcı ve gerçekçi Orta düzey kendine güven Meraklı ve enerjik Sosyal ve ekonomik çevre ile mücadele etme yeteneğine sahip
Özgeçmiş	25-35 yaş aralığında iş kurma İşletme sahibi bir babanın olması Üniversite eğitimi işletme veya teknik alanda Ailedeki ilk çocuk olma	35-45 yaş aralığında iş kurma Babanın da işletme sahibi olması Üniversite eğitimi Ailedeki ilk çocuk olma

Destek Grupları	Arkadaşlar, profesyonel yakınlar (avukat, finansal danışman) İş çevresinden arkadaşlar Eş	Yakın arkadaşlar Aile Profesyonel meslekteki kadın grupları Ticaret kuruluşları
İlk İş Tipi	Üretim veya inşaat sektörü	Hizmet sektörü Eğitim – danışmanlık Halkla ilişkiler

Kaynak: Hisrich, 2014 (aktaran Uygun, 2019: 49).

Tablo 2' de Hisrich tarafından 2014 yılında kişilik özellikleri, motivasyonları, sermaye kaynakları gibi farklı özellikleri temel alarak kadın ve erkek girişimciler arasındaki farkları belirlemeye yönelik yapılan çalışmanın verileri yer almaktadır. Literatür incelendiğinde tüm çalışmaların eril normlar üzerine geliştirilmiş girişimci özellikleri temel alınarak kadınların daha az veya daha fazla hangi özelliklere sahip olduğunu belirlemeye çalıştıkları görülmektedir. Her ne kadar girişimciliğin cinsiyetten bağımsız olduğu varsayılsada başarılı kadın girişimcileri gösteren kadınlara özgü özellikler ile karşılaşılammıştır.

2.1.5.Literatürde Kadın Girişimciliği

Kadın girişimciliğinin ekonomik toplumsal kalkınmadaki öneminin artması ile beraber hem uluslararası kuruluşlar tarafından çalışmalarda hem de akademik yazında kadın girişimcilik çalışmalarında artış görülmektedir. Özellikle dünya çapında çalışmalar yapan yapılan uluslar üstü kurum ve kuruluşlar her yıl açıkladıkları raporlar ile ülkelerin kalkınmışlık seviyelerinde kadın girişimcilere ait istatistiklere yer vererek kadın girişimciliğinin önemine vurgu yapmaktadırlar. Girişimcilik kavramsal olarak 18. yüzyıla kadar uzansa da, kadın girişimciliğinin önemi ancak ülke ekonomileri açısından 1980'li yıllarda anlaşılmış, literatürde ise çok daha sonraları kendisine yer bulmuştur.

Kadın girişimciliği üzerine literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. 1930'larda girişimcilik araştırmaları ağırlıklı olarak erkekler üzerinde yoğunlaşmışken, 1970 yılında Boserup'un "Ekonomik Kalkınmada Kadınların Rolü" adlı eseri, kadın girişimciliği konusunda yapılan ilk çalışma olarak kabul edilmektedir. Bu eserle birlikte araştırmacılar, kadın girişimciliği üzerine daha fazla odaklanmaya başlamıştır (Gül Sallan ve Altındal, 2016: 1365). Türkiye'de kadın girişimciliği konusu, 1992 yılında detaylı bir şekilde incelenmiş ve bunu takiben, Türkiye'de kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik bir kararname çıkarılmıştır (Ecevit, 1993). Literatürde kadın girişimcilerin iş kurma ve yürütme süreçlerinde;

sermaye sağlama zorlukları, yetersiz eğitim ve deneyim, iş yeri, personel, malzeme ve müşteri temini, haksız rekabet, piyasa istikrarsızlığı, ödeme güçlükleri, pazar bulma ve pazarlama sorunları, bürokratik engeller ve cinsiyete dayalı problemler gibi çeşitli zorluklarla karşılaştıkları belirtilmektedir (Güney, 2006).

Kadın girişimciliğine yönelik çalışmalar geleneksel girişimcilik çalışmalarından çok daha sonra ilk kez 1976'da akademi de kendine yer bulmuştur. Yıllardır kadın girişimciler var olmalarına rağmen ilk akademik makale 1976' da Schawartz tarafından, ilk politik rapor 1979' da, ilk akademik konferans sunumu Hisrch ve O'Brien tarafından 1981'de, konuya ayrılmış akademik odaklı ilk kitap Goffee ve Scase tarafından 1985'te yayınlanmıştır. Literatürdeki bu gecikmenin nedeni olarak; kadınların pek çok ülkede işletme sahibi olarak sayılmamaları ve popüler medyada yer almamaları nedeni ile akademisyenlerin dikkatini çekmemeleri öne sürülmüştür (Ahl, 2006: 596). Ayrıca konuyla ilgili ilk çalışmaları yapanların erkek ve kadın girişimcilerin temelde aynı olduğunu varsaymaları, bu nedenle de ayrı bir sorgulamaya ihtiyaç duymamaları sebeplerden bir diğeri olarak öne sürülebilir (Jennings ve Brush, 2013; Yadav ve Unni, 2016). Kadın girişimciliği üzerine ilk politika odaklı konferans 1998 yılında Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından düzenlenmiştir. Kadın ve girişimcilik üzerine ilk Küresel Girişimcilik Raporu (GEM) 2003 yılında hazırlanmış ve ilk niş dergi, "International Journal of Gender and Entrepreneurship" 2009 yılında yayınlanmıştır (Jennings ve Brush, 2013). Sospeter ve diğerlerinin (2014) çalışmalarında değindiği gibi bu tarihlere kadar kadın girişimciler, erkek girişimcilik normları üzerinden değerlendirildiklerinden ayrı bir çalışmaya ihtiyaç duyulmamıştır. Dolayısıyla o güne kadar erkekler ile ilgili çalışmalar sonucunda elde edilen bilgiler kadınlara da aynı şekilde uygulanmıştır. Konuya ayrılmış akademik bir derginin ilk özel sayısı 1997 yılına kadar çıkmamıştır. İlk özel politik ve akademik odaklı konferanslar 1998 ve 2003'de yapılmıştır.

Kadın girişimciliğine yönelik alan yazını incelendiğinde geleneksel kadın girişimciliği çalışmalarının ağırlıklı olarak "kadın girişimcilerin karşılaştığı engeller ve fırsatlar, itici ve çekici faktörler(motivasyonları), kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklar ve kişilik özellikleri, kadınların girişimcilik süreçleri ve sonuçları" üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (Baysal, 2020; Özkaya, 2009: 58). 2000'li yıllara kadar yapılan çalışmalarda kadın girişimciler erkeksi normlardan üzerinden değerlendirilerek, erkek girişimciler ile kıyaslanmış ve "cinsiyet" değişkeni olarak kabul edilmiştir (Ahl ve diğerleri, 2016; Foss, 2010; Halaç ve Meşe, 2021: 258). Alan

yazını taramasında aynı konuların farklı şehir ve bölgeler bazında çalışıldığı görülmektedir. Ahl ve Marlow (2012) tarafından yapılan çalışmada da kadın girişimcilerin maskülen söylemler ile üretilen girişimcilik kalıplarına uydurulmaya çalışıldığı iddia edilmektedir. Kadın girişimciler ağırlıklı olarak neo liberal politikalar kapsamında ele alınarak özellikle ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve yoksulluğu gidermede ki katkıları üzerinde durulmuş ve atıl iş gücü olarak değerlendirilen kadın yerine aile odaklı çalışmalar yapılmıştır (Sallan-Gül ve Altındal, 2016; Ecevit, 2007; Topateş ve diğerleri, 2022). Oysaki son yıllarda yapılan sayısı az olsa da bazı çalışmalarda, toplumsal değişim katalizörü olarak kadın girişimciliğinin üzerinde durulmakta ve cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında oynadığı önemli role vurgu yapılmaktadır (Soysal, 2010: 104).

Ayrıca farklı açılardan kadın girişimciliğine yaklaşan bazı çalışmalarda başarılı kadın rol modellerin varlığının teşvik edici etkisi nedeniyle kadın girişimciler için önemi olduğuna vurgu yapılarak, kadın girişimcilerin rol model ihtiyacından ve kadın girişimci rol model eksikliğinden bahsedilmektedir (Arıkan, 2016: 154; Karadirek, 2023: 507). Hughes ve diğerleri, 2012' de yaptıkları çalışmada kültürel ve sosyal normların önemli etkileri üzerinde durarak kadın girişimciliğinin daha geniş ve farklı bir bakış açısıyla incelenmesi gereken bir olgu olduğunu savunulmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında yapılan araştırmalarda, bu güne kadar erkeksi normlar üzerinden değerlendirilen kadın girişimcilerin, erkeklerden bağımsız olarak incelenmesi gerektiği ve onların özgün deneyimlerinin ve ihtiyaçlarının dikkate alınmasının önemli olduğu vurgulanmaktadır (Bird ve Brush, 2002; 46). Araştırmalara katılan girişimci kadınlar tarafından da cinsiyetçi bakış açısının girişimcilik sürecinde kendileri için engel teşkil ettiği ifade edilmektedir (Fagenson ve Marcus, 1991: 38). Çalışmalar kadın girişimciliği konusunda çok yönlü bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğu konusunda hemfikirdir. Alan yazını incelediğinde Türkiye'de kadın girişimciliği konusunda toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve eril tahakkümü ele alarak konuya yaklaşan çalışmaların yetersiz kaldığı görülmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve eril tahakküm her toplumda kadınların istihdama katılımının önünde ki en büyük engellerdendir. Bu güne kadar geleneksel girişimcilik çalışmaları kadın ve erkeğin eşit sosyal koşullarda olduğundan yola çıkarak kişilik özelliklerini, motivasyonlarını ve süreçleri incelemiştir. Oysaki günümüzde uluslararası raporlarda kadının karşılaştığı ikinci sınıf muamele, kadın yoksulluğu, eğitim ve sağlık gibi konulara yetersiz erişimi, istihdama katılımında karşılaştığı zorluklara yer verilmektedir.

2.2. FEMİNİST KURAMLAR

Kökleri 18.yüzyıla dayanan feminist teori, kadınların erkekler ile eşit şartlarda ve eşit haklara sahip olarak yaşaması gerektiğini savunan toplumsal bilinçlenme hareketi olarak başlamış ve farklı dönemlerde ortaya çıkan birbirini tamamlayan teorik alt yapılara sahip toplumsal bilinçlenme hareketidir. 1800'lerin ortalarında feminizm terimi "dişilerin niteliklerini" ifade etmek için kullanılmıştır ve terim, 1892'de Paris'te düzenlenen ilk uluslararası kadın konferansından sonra İngilizcede kadınlar için eşit haklara olan inanç ve savunuculuk anlamında düzenli olarak kullanılmaya başlanmıştır (Irefin ve diğerleri, 2012: 71).

Feminizm, kadınların ekonomik ve toplumsal yaşam içerisinde, kamu ve özel bütün alanlarda ikinci planda yer almasının, ezilmesinin ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin nedenini ataerkil düşünce sistemine bağlamaktadır ve bu alanlarda mücadele etmektedir. Ataerkil sistemin nasıl toplumun en derin katmanlarına kadar işlediğini ve ataerkinin ne olduğunu, nasıl işlediğini, kadınlar üzerinde nasıl bir tahakküm kurduğunu anlatan ve eleştiren bir yaklaşımdır. Feminizm, kadınlara yönelik adaletsizlikler hakkındaki çeşitli görüşleri kapsayan bir şemsiye olarak tanımlanmaktadır (Irefin ve diğerleri, 2012: 71). Feminist kuramın merkezinde kadın, adaletsizlik ve eşitsizlik bulunmaktadır. Kadınların özgürleşme mücadelesine yönelik politik bir harekettir. Tarih boyunca kadınlar ayrımcılığa maruz kalmışlardır ve kalmaya da devam etmektedirler. Feminizm, toplumların şekillenmesinde rol oynayan sosyal, politik ve ekonomik yapıların önemine vurgu yaparak, toplumdaki baskı ve tahakküm ile güç ve güçsüzlüğün etkilerini incelerken cinsiyetin dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır (Tuner ve Maschi, 2015: 151).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin oluşumu, nelere dayandırıldığı, nerelere nüfus ettiği ve nasıl ortadan kaldırılabilirliğine dair argümanlar ileri sürmektedir (Arıkan, 2019: 663). 18. yüzyıldan günümüze hala mücadeleye devam eden feminist akım ile ataerkil sistemin dayatmalarına, kültürel normlar ve kodlarla içselleştirilen kadın-erkek ayrımcılığına karşı bir duruş sergilenmeye ve mücadele etmeye çalışılmaktadır. 18. yüzyılda toplumsal bir hareket olarak başlayan feminizm ilerleyen süreçte politik bir harekete doğru evrilmiştir. Feminist teori çerçevesinde yer alan başlıca yaklaşımlar; liberal feminizm, radikal feminizm, Marksist feminizm, sosyalist feminizm, post modern feminizm yaklaşımlarıdır. Her bir yaklaşımın özü kadın erkek eşitliği olsa bile süreç içerisinde farklı noktalara değinmişler, olayı ele alışları ve savundukları tezler bakımından farklılıklar göstermişlerdir (Dikici,

2016:524). Hepsi erkek egemenliği ve iş yerindeki mevcut eşitsizlik konusunda hemfikirdir. Farklılıkları, bu durumun değiştirilebileceği yollardan kaynaklanmaktadır. Feminizmin merkezi noktası kadındır. Kadınların toplum içindeki konumu, evde ve dışarıdaki görevleri, kadınların maruz kaldığı baskı ve sömürü, cinsiyet eşitsizlikleri, ataerkil toplum düzeni ve erkek egemenliği ile ilgili iktidar yaklaşımları ve baskılar geniş çapta ele alınan konulardır (Taş, 2016: 174). Feminist teorinin temel bir öncülü, sosyo-politik yaşamın ve toplumsal politik yaşamın geleneksel açıklamalarının kadınlar karşı önyargılı olduğuudur. Birçok feminist için birincil odak noktası cinsiyet ve ataerkil toplumun sınırlamaları olsa da, tüm feminist inançların merkezinde herkesin temel insan haklarına erişme ve egemenlik ve boyun eğmeden özgür olma hakkı olduğu düşünceci vardır (Turner ve Maschi, 2015: 155).

2.2.1. Liberal Feminizm

Toplumsal cinsiyet bağlamında kadın ve erkek eşitliğine vurgu yapan ilk dalga feminist hareket liberal feminizm olarak adlandırılmıştır. Liberal feminizm, kadınların ve erkeklerin benzer kapasitelere sahip olduğunu varsayar, bu nedenle kadınlar erkeklerle aynı fırsatlar verilirse, eşit sonuçlar elde edeceklerini savunur (Foss ve diğerleri, 2019: 413). Kadın ve erkekler arasında yaşanan eşitsizliklere karşı çıkan liberal feministler, kadınların özgürleşme aracı olarak fırsat eşitliği, eşit hak ve özgürlükleri görmüşler ve kadınlarında temel haklar olan seçme, seşilme, oy kullanma, eğitim, çalışma, hukuk önünde eşit muamele gibi haklara sahip olmaları gerektiğini savunmuşlardır. Liberal feminist teorinin klasik savunucusu olarak Mary Wollstonecraft kabul edilmektedir. “Vindication of the Rights of Women” (Kadın Haklarının Savunusu) isimli kitabında “kadınların da erkekler kadar Tanrı’nın yarattığı varlıklar olduğu, daha ciddi bir biçimde eğitilmeleri ahlaksal ve zihinsel yeteneklerini geliştirmelerine izin verilmesi gerektiği” tezini savunmaktadır (Dikici, 2016: 524). Feminist gruplar Amerikan Bağımsızlık Bildirisi, Fransa’nın İnsan Hakları Bildirgesi ve Doğal Haklar doktrinde kadınlar ve haklarına yer verilmediği düşünceci ile sosyal ve siyasi alanlarda sahip olmaları gerektikleri hakları için taleplerde bulunmuşlardır (Taş, 2016: 167).

Liberal feminizm hareketi ataerkil yapıyı tartışma meselesi olarak görmemiştir (Güneş, 2017: 246). Liberal feminist akım, diğer çoğu feminist akım gibi, her zaman kadınların insan olarak değerinin erkeklerin ve çocukların refahı için araçsal olmadığını ve erkeklerin değerine eşit olduğunu ileri sürmüştür. Kadınların

özgürlüğüne ve mahremiyetine saygı dahil olmak üzere bunun çeşitli kamusal ve özel tanınma biçimlerini ve cinsiyete dayalı fiili ayrımcılığın sona ermesini talep etmiş ve bu hedefe ulaşmak için devleti görevlendirmiştir (Wendel, 1987: 66). Liberal feminizm, kadınlar için özel ayrıcalıklar aramamakta ve sadece herkesin cinsiyete göre ayrımcılık yapmadan eşit şekilde değerlendirilmesini talep etmektedir (İrefin ve diğerleri, 2012: 12). Bireycilik liberal feminizmin temel bir ilkesidir ve bireyler cinsiyetleri, ırkları, renkleri, inançları veya dinleri ne olursa olsun eşit muamele görme hakkına sahiptir (Turan ve Kıyıcı, 2018: 490).

2.2.2. Radikal Feminizm

İkinci dalga feminist hareketi olan radikal feminizm; 1960'lı yılların sonuna doğru, 68 öğrenci olaylarının, anti- nükleer hareketin, çevreci protestoların, Vietnam savaşı sonunda gerçekleştirilen savaş karşıtı hareketlerin yaşandığı dönem ortaya çıkmıştır (Dikici, 2016: 528). Batıda yaşanan bu olaylar kadınlar üzerinde de etkili olmuştur. Radikal feminizm, liberal feminizm hareketi sonucunda her ne kadar erkekler ile kadınların eşitlikleri yasalar önünde kabul edilmiş olsa da, günlük yaşamda kadınların karşılaştıkları cinsiyetçi sömürünün kaynağının ataeril sistemin yarattığı normlardan, kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılıklardan meydana geldiğini savunmuşlardır. Ataeril normlar aile kurumunda üretilmektedir (Dikici, 2016:529). Ataeril sistemde erkekler sosyal ve kültürel hayatın her parçasında iktidarı ellerinde tutarak kadınlar üzerinde tahakküm kurmaktadır ve kadında itaat etmektedir (Arıkan, 2019: 670). Kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılıklar ve ataeril normlar kadınların sömürülmesinin ana nedenleri arasında sayılmaktadır.

Radikal feminist akımın ilk kuramcısı ve en önemli temsilcilerinden olan hukukçu Catharine A. MacKinnon feminist hareketin, "*bilinç yükseltme*" seansları ile doğru bilgiye ulaşabileceğini savunmakta ve kadınların yaşamsal tecrübelerini ve deneyimlerini odak noktası olarak değerlendirmektedir (Arıkan, 2019: 669). Bilinç yükseltme seansları ile bir araya gelip yaşamsal deneyimlerini birbirlerine anlatan kadınlar yalnız olmadıklarını ve benzer tahakkümlere maruz kaldıklarını farkına varırlar ve bu durum sorgulamaya vesile olur. Bu durum beraberinde radikal feminizmin sloganı olan "bütün kadınlar kız kardeşler" argümanını ortaya çıkarmıştır (Taş, 2016: 170). "Bütün kadınlar kız kardeşler"çünkü erkekler kadınların bedenleri üzerinde üreme, cinsellik, pornografi, annelik, ev işleri, taciz/istismar, fiziksel ve psikolojik şiddet gibi sürekli devam eden bir kontrol mekanizması kurmuşlardır

(Güneş, 2017: 246). Günümüzde de halen devam eden ve toplumsal bir gerçek olarak kabul edilen şiddet, gündelik yaşamın içinde farklı şekillerde tüm toplumlarda karşımıza çıkmaktadır. İnsana fiziksel ve ruhsal olarak zarar veren her davranış ve tutum şiddet olarak tanımlanır (Özerkmen ve Gölbaşı, 2012: 26). İnsan hakları aykırı olarak kabul edilen ama toplumda en çok kadınların ve çocukların maruz kaldığı şiddet; fiziksel şiddet, psikolojik şiddet, ekonomik şiddet, cinsel şiddet ve kültürel şiddet olarak karşımıza çıkmaktadır (Gökkaya, 2014: 372). Radikal feminist akım eril tahakkumun devamı için uygulanan her türlü şiddete karşı bir duruş sergilemiştir. Radikal feminizmde, kadın üzerinde egemenliğin en yoğun yaşandığı aile, feminist politikanın merkezi bir odak noktası haline gelmiştir. Dünyanın neresinde yaşarsa yaşasın, hangi din, ırk, milliyetten olursa olsun tüm kadınlar ataeril sistemin neden olduğu ezilmişliği, şiddeti ve cinsiyetçi sömürüyü erkeklerin kurduğu tahakküm ile yaşamaktadırlar ve savunmasızdırlar. Sonuç olarak ataeril yapı evrenselidir.

2.2.3. Marksist Feminizm

20. yüzyılın ilk çeyreğinde etkisini gösteren Marksist feminist kuram üçüncü dalga feminist hareketi olarak başlamıştır. Marksizm'in odak noktası olan sınıf ayrımı ve eşitsizlik kavramları feminizmi de etkilemiştir. Marksist feministler, cinsiyeti, baskı sistemini oluşturan ve sürdüren sınıf ilişkilerine benzer olarak algılarlar. Kadınların cinsiyetleri ve sınıfları nedeniyle üstlendikleri çifte yük, Marksist feminizmin temel temalarıdır (İrefin ve diğerleri, 2012: 14). Bu teorinin gelişmesinde Karl Marx ve Friedrich Engels'in düşüncelerinin etkisi bulunmaktadır. Engels kadın ve erkek arasında iş bölümü olduğunu, kadının ev içi üretimden erkeğin ise ev dışı üretim sorumlu olduğunu, ev dışı alandaki kazanç ve artı değerlerden dolayı erkeğin kadın üzerinde tahakküm kurduğunu savunmuştur (Dikici, 2016: 527). Bu dönem, kadın ezilmişliğinin nedenlerini ve temellerini anlayabilmek için toplumsal ve tarihi analizler yapılmıştır. Her ne kadar Marx kadın ezilmişliği hakkında bir şey söylememiş olsa da, Marx'ın toplum tarihini anlamak adına öne sürdüğü analizleri Marksist kadın düşünürler tarafından feminizme uygulanmıştır. İşçi sınıfının ezilmişliği hakkındaki analizleri Marksist feminizmin ortaya çıkmasına neden olmuş ve kadınların ezilmişliğini anlamak için kullanılmıştır. "Sınıf bilinci" , feminizme "kadın bilinci" olarak empoze edilmiştir. Sınıf farklılıkları fırsat eşitliğinin önünde ki engel olarak kabul edilmiştir. Kadınların sınıfı erkeklere göre belirlenmektedir. Baba veya eş ailenin reisi olarak adlandırılan erkeğin sınıfına göre nitelendirilmektedir (Çakır,

2008: 189). Kadınlar hem kamusal alanlarda dışlanırken bir taraftan da en çok emek sarf ettikleri evde değersizleştirilmişlerdir. Güç ilişkileri “ kadın- erkek” sınıfı üzerine oturtularak, kadının yeniden üretim alanı olarak kabul edilen evde hem kapitalist sistem hem de ataerkil sistem ile ezildikleri savunularak, ev işlerinin de ücretlendirilmesi gerektiği fikri ortaya çıkmıştır (Topçu, 2019: 784). Ayrıca Marksist Feministlere göre kadınlar sınıf olarak, ırk, etnik köken, sosyo-ekonomik durumlarına göre kendi aralarında da ayrılmışlardır ve bu nedenlerden her kadının baskıları yaşama biçimi ve buna karşı gösterecekleri tepkiler aynı olmamaktadır (Güneş, 2017: 247).

2.2.4. Sosyalist Feminizm

Sosyalist feminist akım ise, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini kültürel, maddi ve politik bir sorun olarak değerlendirmektedir. Liberal feminizmin savunduğu kadınların erkekler ile eşit katılım hakkının elde etmesinin toplumsal cinsiyet eşitliğine bir çözüm olamayacağını aksine kültürel ve maddi eşitsizliği devam ettireceğini savunmaktadır. Ataerkil yapının kadınlık ve erkeklik rollerini belirlemesi sonucu oluşan geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri meslek grupları ve ücretlendirmeleri şekillendirmekte ve bu durum toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bu yapılanma ile yeniden oluşumuna neden olmaktadır. Kadının özel alanda harcadığı ücretsiz emeğin değersizleştirilmesi ve iş hayatında karşılaştığı işe girme, terfi, ücretlendirme gibi sorunların nedeni kapitalist sistem ve ataerkil yapıdır. Kapitalizm ile ataerkil sistem arasında bir ilişki kurarak, hem kapitalist sistemin hem de erkeklerin kadınların emek piyasasında ki durumundan fayda sağladıklarını düşünen sosyalist feministler, erkeklerin bir taraftan kadınların kaynaklara ulaşımı ve cinsellikleri üzerinde denetim mekanizmasına sahip olduklarını bir taraftan da kadını özel alanda karşılıksız çalıştırarak hizmet aldıklarını savunmaktadırlar (Çakır, 2008: 190).

Sosyalist feministlere göre toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesi için politika belirleyici ve aktörlerin kadınların maddi ve kültürel anlamda yaşadıkları farklılıkları göz önünde bulundurarak eşitlik sağlayan politikalar uygulamaları gerekmektedir (Eray, 2019: 1070). Kadın her ne kadar dışarıda varlık göstermeye başlamış olsa da kendisinden beklendiği üzere eve geldiğinde de toplumsal cinsiyet rolleri gereği ütü, yemek, çamaşır, temizlik, çocuk ve hasta bakımı gibi işleri de üstlenmekte, erkekler ise emeklerini sadece iş yerinde kullanmakta ve “boş vakit”lerini başka yerlerde değerlendirmektedirler. Tüm bunların kaynağı ataerkil

kapitalist sistem görülmektedir. Ataerkil yapı önce ailede başlamaktadır. Birey doğduğu aile ve toplumun kültürel normları ile birlikte şekillenmekte ve kendisine biçilen rolleri içselleştirmektedir. Tüm sistem içerisinde erkekler kadınlar üzerinde tahakküm kurma konusunda birleşmekte ve karşılıklı dayanışma içerisine girmektedirler. Sosyalist feministler bu nedenle de kültürel bağlama dikkat çekmişlerdir.

2.2.5. Post-modern Feminizm

Post-modern feministler, “dil” ve “bilgi-güç” tartışmalarına odaklanmıştır. Postmodernizm bütüncül yapıların ancak parçaların bütününe içine zorla yedirilmesi ile olabileceğini savunmaktadır. Yapıbozum yöntemi ile bütün, tekrar parçalara ayrıldığında iktidar mekanizmaları açığa çıkmaktadır (Erdem ve Karakoç, 2019: 148). Ayrıca post modernizm akıl ve mantık yolu ile esas olana, gerçeğe ulaşılabilmesi ve bu gerçeğin insanı özgür kılacağını öne sürmektedir. Postmodernizmde dil olguları yaratmakta ve bilgi dil kuralları ile düzenlenmektedir. Toplumsal dilin erkek dili olduğu öne sürülmektedir. Ataerkil sistemin oluşmasında ve varlığını devam ettirebilmesindeki ana neden dil olarak kabul edilmektedir. Kadın dil yoluyla ikincil konuma itilmiştir.

Postmodernist feministler diğer feminist düşüncelerin öne sürdüğü gibi ataerkil sistemin kültürel, ekonomik veya politik yapılanmadan meydana geldiği fikrine karşı çıkmaktadırlar. Onlara göre birey doğduğu andan itibaren ataerkil yapı tarafından oluşturulan dil kalıplarını ve beraberinde düşünce yapısını öğrenmeye başlar ve zaman içinde içselleştirerek kabule geçer (Çetinel ve Yılmaz, 2016: 135). Türkçe’den örnek vermek gerekirse, adam gibi olmak, adam yerine konmak, iktidar anlamında erk sözcüğünün kullanımı, kadın gibi ağlamak, kadın gibi kıvrırmak gibi erkekliği yüceltirken, kadınlığı küçümseyici ifadeler kullanılması bunlara örnek olarak verilebilir. Bazı mesleklerin erkeklerin tekelinde olmasından kaynaklanan, kadın avukat, kadın doktor gibi tamlamalar, dilin nasıl eril bir yapıda olduğunu göstermektedir. Kadının yeri evidir, kızını dövmeyen dizini döver gibi deyimler kadının konduğu ikincil durumu özetleyen deyimlere örnek verilebilir. Bir iki yıl öncesine kadar Türkçe’de “kadın” sözcüğü yerine hanım, bayan gibi sözcükler kullanılmaktaydı. Bunun nedeni de kadın sözcüğünün olumsuz bir anlam içermesiydi. Bu tüm dillerde gerçekleşmiştir. İşte bu sebepten postmodern feminizm dile vurgu yapmıştır.

“Bilgi ve güç” ise post modernizmin üzerinde durduğu diğer önemli konudur. Bilgi üretiminin tarih boyunca erkeklerin tekelinde tutulması, kadınların dışarıda bırakılması ataerkil sistemin devamlılığını sağlamıştır (Çetinel ve Yılmaz, 2016: 136). Onların argümanı, bilginin örgütlerdeki güç ilişkilerini oluşturduğu ve bunun kadınlar, azınlıklar ve yaşlılar gibi belirli grupların örgütlerden dışlanmasını doğallaştırdığıdır (Irefin ve diğerleri, 2012: 14). Benzer olarak Çetinel ve Yılmaz’ın (2016), çalışmalarında belirttikleri gibi kadınlar tarihi süreç boyu ikinci plana itilerek bilimsel ve felsefi çalışmaların ve tartışmalarında dışında tutularak, bilimin dilinin de eril olması sağlanmıştır. Geleneksel toplumlarda bilginin büyük bir kısmı destan, hikaye, masal gibi anlatılar üzerinden aktarılmaktadır. Bilimsel bilgi, bu anlatıya dayalı bilgi türüyle sürekli olarak rekabet ve çatışma halindedir (Şişman, 1996: 457). Kadının içinde bulunduğu toplumla olan etkileşimini incelemek, bilgi ve güç arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak ve yeni bir dünya yaratmanın çözüm yollarını göstermek post modern feminizmin amacını oluşturmaktadır.

2.3. BOURDIEU SOSYOLOJİSİ

20. yüzyılın önemli düşünürlerinden Pierre Bourdieu anahtar kavramlar ile üretim süreçlerini ve ilişkiler ağını açıklamaya çalışmaktadır. Bourdieu sosyolojisinin üç önemli anahtar kavramı bulunmaktadır; habitus, alan ve sermaye. Pierre Bourdieu, sosyal bilimleri ilgilendiren bir dizi teorik katkıya yol açan eğitim ve kültürel tabakalaşma alanlarındaki araştırmalarıyla bilinmektedir. Bourdieu’nün alan, sermaye ve habitus ile ilgili birbiriyle ilişkili kavramları, sosyal bilimler genelinde eşitsizlik ve tabakalaşmaya yönelik birçok yaklaşımda merkezi hale gelmiştir. Bourdieu’ya göre bir sosyolog için toplumu eleştirmek ve değiştirmeye çalışmak ahlaki zorunluluktur. Bourdieu sosyolojinin eleştirel olması gerektiğini savunmaktadır. Böylece örtülü konular gün yüzüne çıkarılarak, iktidarın gizlenen yüzü ortaya çıkarılabilir ve tüm mekanizmaları anlaşılabilir. Sosyolojinin amacı toplumun yapısını iktidar ilişkilerinden başlayarak açıklamaktır. Bir araştırmanın yapılabilmesi için önce araştırma için çok tehlikeli olan değer yargıları, doktrinler, tutumlar gibi olgularda ayrılmalı, ikinci olarak da yeni bir fikir dizaynı ile yeniden inşa edilmelidir. Sosyal olgular, sosyal gerçeklik üzerine oluşmuştur ve bilimsel bilgiye engeldirler.

Bourdieu, toplumsal yapıda meydana gelen olayların çözümlenip, irdelenebilmesi için alanın tanımlanması gerektiğini savunmaktadır. Toplum en geniş

alanı oluşturmaktadır. Her bir alanın kendi içinde bir işleyişi, bir mantığı bulunmaktadır ve sosyolojik belirleyicilik açısından da her alanda oynanan oyununun kuralları bulunmaktadır. Oyunun oynandığı yer alandır. Alanların içerisindeki aktörler, oyunun alana özgü kurallarına dayanarak sermayeyi biriktirmek ve tekeline almak için mücadele etmektedirler. Daha başarılı aktörler hem sermayeyi biriktirmede hem de yeniden yatırmada daha beceriye sahiptirler (Ignatow ve Robinson, 2017: 952). Şayet oyuncu oyunu oynamaya değer bulur ise elde edeceği kazanımlar(illusio) uğruna kuralları(doxa) sorgulamaz (Kaplan ve Yardımcıoğlu, 2020: 25). Oyunu oynayan her oyuncunun elinde bazı kozlar bulunmaktadır. Bu kozlar sermaye olarak isimlendirilmektedir. Ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel olmak üzere dört tip sermaye bulunmaktadır. Alan bireylerin oyunu(mücadeleyi) devam ettirdikleri yerdir ve ellerinde bulunan sermaye veya sermayeleri çıkarları doğrultusunda kullanarak alanın içinde var olan kuralları kabul ederek kendilerini sonuca götürecek yollara zaman içinde aşına olurlar ve yatkinlik geliştirirler. Bu yatkinlikler de habitusu oluşturmaktadır. Burada bahsedilen "çıkar" kavramı ile oyunu oynayan oyuncunun elde edeceği ödül için mücadeleyi göze alması, ilgi, merak ve istek duyması, oyuna karşı ilgisiz ve kayıtsız kalamaması anlatılmaya çalışılmaktadır (Özpolat, 2024: 308,309).

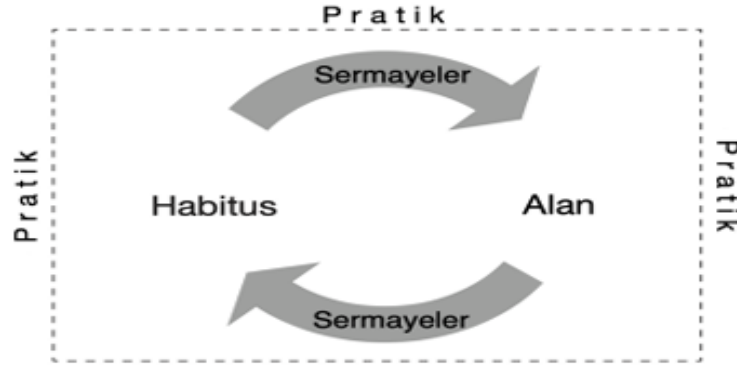
Daha önce, Durkheim, Marcel Mauss ve Max Weber gibi filozof ve düşünürler tarafından da farklı şekillerde kullanılmış olan habitus kavramı Bourdieu sosyolojisinde önemli bir yere sahiptir. Habitusun Bourdieu'nün kavramları arasında, "kültürel sermaye" kavramı ile birlikte, en çok atıf yapılan kavram olduğu düşünülmektedir (Özpolat, 2024: 292). Bourdieu, habitusu "faillerini içeriden yöneten yapılaştırmacı bir mekanizma" olarak tanımlamıştır (Palabıyık, 2011: 128). Habitus, edinilmiş bir şeydir; doğuştan gelmez, kazanılır (Bourdieu, 2006: 282). Bourdieu'ye göre (aktaran Özpolat, 2024: 297), habitus benimsenmiş bir halde olmasından dolayı doğuştan geliyormuş gibi bir izlenime sahiptir. Bourdieu, bir yandan ilgili bireysel eylemi, diğer yandan kısıtlayıcı bir toplumsal yapıyı ifade etmek için habitus kavramını kullanmaktadır (Friendland, 2009: 889). Habitus kavramına önemli ve belirleyici rol yükleyerek, onu insanların var oldukları kültürler ve alt kültürler içerisinde süreç boyu sahip oldukları, belleklerinde yer eden temel bilgiler birikimi olarak anlamlandırmıştır. Habitus zaten var olan bir yapıdır ve birey kendi kültürüne göre tutumlarını şekillendirmektedir. Bireyin, toplumsal uzamın kurallarından sapmadan, varlığını devam ettirebilmesini, kendisini yeniden üretebilmesini sağlamaktadır (Dursun, 2018: 77). Bourdieu bu kavramı zaman

zaman “kültürel bilinçdışı”, “alışkanlık oluşturan güç”, “derinden içselleştirilmiş temel kalıplar”, “zihinsel alışkanlık”, “zihinsel ve bedensel algı”, “beğeni ve eylem şemaları”, “düzenli doğaçlamaların üretici ilkesi” vb. ifadeler ile birlikte kullanılmaktadır (Özpolat, 2024: 293).

Habitus aracılığıyla toplum, bireye yalnızca zihinsel alışkanlıklar olarak değil, hareket şekilleri, jestler, mimikler gibi şekillerde bedensel olarak da aşılınmaktadır (Hanks, 2005: 69). Habitus, bireyin daha önce başkaları tarafından yapılmış olan şeyleri yeniden yaparak yeniden üretimini gerçekleştirmektedir. İnsanların bireysel ve kişisel olarak gördüğü tutum, davranış ve tavırlar bile aslında habitusun etkisiyle içselleştirilen toplumsal ve kollektif bilinç ile ortaya çıkmaktadır. Bireyler habitus ile hem psikolojik hem de bedenlenmeye dahil olmaktadır. Süreklilik ve tekrarlar sonucu içselleştirilerek hem bedenlenmeye hem de zihnen tanınan bir olgudur. Habitus o kadar içselleştirilmiştir ki, bilinçlilik gerektirmeyen bir bilme şekli, bir yatkınlık durumudur. Yatkınlık kelimesi ile yapı ve eğilimi işaret etmektedir. Bourdieu'ye göre bireyler belirli durumlarda ne yapmaları gerektiğine dair pratik bir iç sezkiye sahiptirler. Üzerinde düşünmeksizin otomatik bir davranış sergilemektedirler. Habitus, toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Jourdain ve Naulin (aktaran Özpolat, 2024: 294) çalışmalarında, bireylerin toplumsallaşma sürecinde elde ettikleri yatkınlıkların ancak sosyo-ekonomik yapılarda meydana gelecek olan köklü değişimler ile değişime uğrayabileceklerini öne sürmüşlerdir.

Habitus kavramından birçok kişi “alışkanlık” anlamı çıkarsa da, anlatılmak istenen edinilmiş tüm alışkanlıkların devamlılık göstererek bedende cisimleşmesi ve bir kültürden etkilenmesi durumudur (Bourdieu, 1990: 277). Habitusun en önemli özelliklerinden biri tarihsel yönünün olmasıdır. Geçmişten gelerek geleceği şekillendiren bir tarih üretme sürecidir (Kaplan ve Yardımcıoğlu, 2020: 27). Habitus, zihinsel ve bedensel şemalar biçiminde bireysel bedenlere dahil edilen bir dizi tarihsel ilişki olan alanın içselleştirilmesidir. Bu şemalar günlük yaşamda sosyal etkileşimler yoluyla edinilmektedir ve davranış, estetik beğeniler ve beğenmemeler (zevk), alışılmış dil uygulamaları (aksan, kelime bilgisi, konuşulan dilin hızı) ve rafine/kaba ve eril/dişiş gibi kategoriler aracılığıyla kendini ve başkalarını değerlendirme yollarıyla ilgili şemaları içermektedir (Ignatow ve Robinson, 2017: 954).

Şekil 1: Pratik Aracılığıyla Habitus, Alan ve Sermaye Arasındaki Etkileşim



Kaynak: Lisahunter, Smith ve Emerald, 2015, 5. (aktaran Özpolat, 2024: 291).

Bourdieu ekonomik sermaye, sosyal sermaye, kültürel sermaye ve simgesel sermaye olmak üzere dört çeşit sermaye tanımlı yapmaktadır. Marx sosyolojisinde önemli bir yere sahip olan sermaye kavramı, Bourdieu ile tamamen biçim değiştirmiştir. Sermaye kavramı, alan kavramıyla ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Bourdieu'ye göre sermaye, içselleştirilmiş yetenek ve kabiliyet birikimlerinin yanı sıra kıt ve toplumsal olarak değerli olan dışsallaştırılmış kaynakları ifade etmektedir. Daha geleneksel sermaye biçimi gibi, dönüştürülebilmekte ve üretken bir şekilde yeniden yatırılabilirler. Örneğin, birincil sermaye biçimlerinden biri olan para biçimindeki ekonomik sermaye, yüksek öğrenim biçimindeki kültürel sermayeyle değiştirilebilmekte ve bu da yaşam boyu daha fazla ekonomik sermayenin yanı sıra yüksek sermayeli sınıf arkadaşları ve öğretmenlerle ilişkiler biçimindeki toplumsal sermayenin birikimini kolaylaştırabilmektedir. Bourdieu'ya göre, bireylerin çeşitli toplumsal alanlardaki konumları, sahip oldukları farklı sermaye birikimleri ve bunların büyüklüklerine karşılık gelmektedir (Ignatow ve Robinson, 2017: 953). Bourdieu'nün ekonomik sermaye kavramı bireyin sahip olduğu, gelir, para, mal ve mülkü, paraya çevrilebilen varlıkları işaret etmektedir. Bu sermaye türü kendisini somut olarak göstermektedir

Sosyal sermaye ise bireyin içinde bulunduğu toplumda dahil olduğu, aile, grup, dernek, vb. gibi topluluklara dahiliyeti, buralarda sahip olduğu konum, eylem ve söylem yeteneği, burada kurduğu ilişkiler, bağlantılar ve tüm bunların bireylere getirileri için kullanılan sermaye çeşidini ifade etmektedir (Dursun, 2018: 90). Grup üyeleri, burada sahip oldukları sembolik ve maddi kazancı korumak, ilişkileri devam ettirmek ve yeniden üretmek için grup içerisinde büyük çaba göstererek bir nevi yatırım stratejisi geliştirmektedirler. Güven sosyal sermayenin ayrılmaz bir parçası

olarak görülmektedir ve karşılıklı sorumluluklardan, alışverişlerden veya bağlı bulunduğu toplum tarafından kınama tehdidinden kaynaklanmaktadır (Coleman, 1988; Granovetter, 1985) ve bireyleri ve kuruluşları bir arada tutan bağların temelini oluşturmaktadır (Davidsson ve Honig, 2003). Bu tarz ilişkiler ve bağlantılar uzun dönemde bireye fayda sağlamaktadır. Her grup ve topluluk kendi norm ve kurallarına sahiptir ve bireyler bunlara uymak durumundadırlar. Ailenin çeşitli şekillerdeki sosyal sermayesinin de girişimci bir zihniyet aşılama da kritik olduğu düşünülmektedir. Yıllar boyunca Bourdieu ile birlikte konu ile ilgili çalışma yapan bilim insanları tarafından sistematik olarak geliştirilen (Lin ve diğerleri, 1981; Coleman, 1988) sosyal sermaye kavramı, bireylerin karşılıklı fayda sağlama potansiyeline sahip oluşturdıkları ilişki ağlarını ifade etmektedir ve ekonomik sermaye gibi, getiri üretme kapasitesine sahiptir (Jagannathan ve diğerleri, 2017: 6).

Kültürel sermaye kendi içerisinde üç türe ayrılmaktadır. Bunlar, bedenselleşmiş, nesnelleşmiş ve kurumsallaşmış kültürel sermayelerdir. Bedenselleşmiş kültürel sermaye; bireyin içinde bulunduğu ailenin sosyal konumuna göre çocukluktan itibaren öğrendiği dil alışkanlıkları, yazma stili, konuşma tarzı gibi özelliklerle kazanılan ve eşitsizliğin en şiddetli biçimde meydana geldiği eğitim alanında üretilen sermaye şeklidir (Palabıyık, 2011: 134). Bireyin kendisini yetiştirip geliştirmesi ile ilgilidir (Dursun, 2018: 84). Bireyin içinde bulunduğu toplumda diğerlerini sahip olmadığı herhangi bir yetenek veya özelliğe sahip olması durumunda bu durum bireye bir ayrıcalık ve kazanç sağlamaktadır. Ailede başlamaktadır. Güçlü kültürel sermayeye sahip ailelerin çocukları erkenden kültürel sermayelerini biriktirmeye başlamakta dırlar. Nesnelleşmiş kültürel sermaye, sanat, edebiyat ve estetik alanlarda gerçekleştirilen kültürel sermayedir. Resim yapma, kitap yazma gibi eylemler buna örnek verilebilir. Bu sermaye türü ekonomik sermayeye de çevrilebilmektedir (kitapların ya da resimlerin satışı ya da resim koleksiyonuna sahip olmak gibi). Kurumsallaşmış sermaye ise eğitim sonucunda elde edilen diplomalar, sertifikalar, akademik kurumlar tarafından verilen derecelerden oluşmaktadır. Ancak birey ne kadar bilgi sahibi ve yetenek sahibi olursa olsun, akademik olarak belgelenmediği sürece sermaye olarak görülmeyecektir. Hangi akademik kurumdan aldığı bile kültürel sermaye için bir ölçüt oluşturmaktadır.

Kültürel sermaye bireyin dünyaya geldiği andan itibaren aileden başlayarak eğitim kurumları ve içinde bulunduğu toplumsal uzanımda hayatı boyunca edindiği pratikler sonucu sahip olduğu donanım ile ilişkilidir. Bireyin toplumsal konumunun da

belirleyicisidir. Ekonomide aktörler ekonomik sermaye için mücadele ederken, kültürde toplumsal olarak ayırt edici olarak tanımlanan ve dolayısıyla bireylere bir üstünlük havası veren kültürel sermaye mallarını ve uygulamalarını sahiplenmek için rekabet ederler (Gartman, 2002:257). Bir bireyin ekonomik sermayesi tarafından belirlenen maddi varoluş koşulları, bir habitus veya eğilimler kümesi oluşturmaktadır ve bu da kültürel zevkleri üretmektedir.

Simgesel sermaye ise diğer tüm sermaye çeşitleri ile yakından ilişkilidir. Diğer sermaye türlerini içinde bulunduran ve belirli alanlarda yetkin olabilmek için geçerli hale gelen sermayeyi ifade etmektedir. Bireylerin konumlarını güçlendirme, prestij elde etme, itibar ve tanınırlık, statülerini yükseltme, kendilerini üstün kılma çabası olarak tanımlanabilir (Dursun, 2018: 95). Bireyin sermayeler ile elde ettiği gözle görünür kazançlar kadar, bireyin sosyal değeri/itibarı da önemlidir. Eğitim, prestij, itibar, kültürel bilgi gibi çeşitli biçimler alabilmektedir ve sosyal ve iktisadi avantajlar elde etmede kullanılan araçsal değeri bulunmaktadır. (Ersözlü, 2024: 4). Sembolik sermaye diğer tüm sermaye biçimlerinin toplumda anlamlı ve değerli kılınmasının yolunu oluşturmaktadır (Özpolat, 2024).

Sembolik şiddet Bourdieu'nün önemli sosyolojik kavramlarından birisini oluşturmaktadır. Sosyal kuram içerisinde iktidar kimdir, sahip oldukları kaynaklar nelerdir, iktidar ilişkileri nasıl açıklanır sorularına tam ve net cevaplar verilememektedir. Özellikle toplumsal cinsiyet eşitsizliği, yoksulluk, neoliberal iktisadi bakış açısı ile birlikte hayatımıza giren kadın yoksulluğu, ırk, etnik köken gibi oluşumların merkezinde iktidar kavramı yer almaktadır. Özellikle kadınları ve çocukları hedef alan şiddet onların mağduriyet yaşamalarına ve güçsüz duruma düşmelerine neden olmaktadır. İnsanlık tarihinin ilk zamanlarından beri erkek ve kadın arasında ki eşit olmayan güç ilişkilerinden kaynaklanmaktadır (Gökkaya, 2014: 373). Erkeklerin toplumda konumlandırıldıkları yer ve sahip oldukları güç nedeniyle ekonomik, siyasi ve toplumsal kaynaklara kolayca ulaşabilmesi ve yaptırımlar uygulayabilmesi kadınların erkekler karşısında güçsüz kalmalarına neden olmaktadır. Sembolik şiddet kuramı bu noktada devreye girmektedir. Sembolik şiddet bir tahakküm eleştirisi olarak ortaya çıkmıştır. Fiziksel şiddet içermeyen, temelinde korku psikolojisinin yattığı bir kontrol yöntemidir (Dursun, 2018: 103). Sembolik şiddet, en yoğun olarak eşitsizlik durumunda egemen gücün diğer bireyler üzerinde uyguladığı şiddettir. Bir ülkede istihdam üzerinde bile görülebilmektedir. İktidarı elinde bulunduranların gücü ve istekleri, meşrulaştırılmış uygulamalar altında istihdama yansımaktadır. Bu da bir çeşit sembolik şiddeti oluşturmaktadır. Özellikle ataerkil

toplumlarda yaşanan erkek egemenliğinin kadınlar üzerindeki tahakküm kurma çabaları sembolik şiddetin en iyi örneklerindendir. Gücün erkelerin elinde olması kadınların kendisine biçilen ve içselleştirilen rolleri sorgusuz ve sualsizce kabul etmesi, kendi bedenleri üzerinde söz haklarının olmaması, çalışma yaşamında konumlandırıldıkları pozisyonlar, eşit hak ve özgürlüklere yasalar önünde sahip olsalar bile ataerkil sistemin getirdiği dayatmalar ile maruz kaldıkları şeyler karşısındaki kabullenişleri sembolik şiddetin birer göstergesidir.

Ataerkil yapı ailede özellikle çocukluk döneminde toplumsallaşma süreci ile başlayıp, aile, eğitim, dil, din gibi kurumlar aracılığı ile pekiştirilmektedir. Toplumun tüm mekanizmalarında aileden başlayarak gücü elinde tutan ve eyleyenler erkeklerden oluşmaktadır ve tüm sermayeyi ellerinde bulundurdıklarından sembolik güce de sahiptirler. Önce kadınlar daha sonra kendilerinden daha güçsüz olan tüm bireyleri yönetmek ve kontrol etmek için bu gücü sembolik şiddete dönüştürmektedirler. Ataerkil toplumlarda oluşturulan bu habitus ile erkek sembolik güç sahibi olurken, kadın sembolik şiddet mağduru olmaktadır. Erkekler kadın üzerindeki bu tahakküm kurma pratiğinin devam ettirilmesi için karşılıklı dayanışma içinde bulunmaktadır. Sembolik şiddet yeniden üretim emeğinin ürünüdür. Sembolik iktidarın sembolik simyası, büyüü, tahakküm ilişkilerini duygusal ilişkilere çevirerek yapılan şiddetin şiddet olarak algılanmamasını sağlamaktadır (Ersözlü, 2024: 4).

Bourdieu'nun sosyolojisinde özellikle üzerinde durulması gereken diğer bir konu ise "habitusun kader" olduğuna karşı geliştirdiği düşünömsellik kavramıdır. Bu kavram ile habitusun yani yeniden üretim ve kültürle birlikte şekillenmiş ve içselleştirilmiş tüm alışkanlıkların, kişiden kişiye aktarılan, öğretilen ve içselleştirilen tüm yapının, gücün, aslında birey tarafından üretildiği ve nesillerden nesillere aktarılan bilgiler yumağı olduğunun farkına vararak, bu duruma karşı tepkiyi değiştirebilmenin mümkün olduğunu ifade etmektedir (Kaplan ve Yardımcıoğlu 2020: 28). Habitus, ülkeden ülkeye, toplumdan topluma değişebildiği gibi farklı sosyal sınıflar arasında da farklılık göstermektedir. Nasılki farklı bir ülkeye gidildiğinde farklı bir kültür, dil ve alışkanlıklar ile karşılaşılırsa farklı sınıflar arasında da bu durum gözlemlenmektedir. Bazen farklı toplumsal sınıflarda benzer habitusa sahip olabilmektedirler. Buna sınıfsal habitus denmektedir. Habitus bireyin sahip olduğu şey değil bizzat kendisidir ve bulunduğu şarta ve konuma göre kendisini yenileyebilmektedir. Sınıfsal habitus bireyin bulunduğu yerin dayatması ile ortaya çıkmaktadır. Bireyin habitusu yeniden yaratabilmesi için, gizli ve örtük olanı ortaya

çıkarma kabiliyetine sahip olması gerekmektedir. Bu uyanış ve zihinsel bir dönüşümdür. Habitus alan tarafından şekillendirilmektedir ve yeniden üretimde habitusu kullanarak bireyleri eyleme geçirerek varlıklarının devamını sağlamaktadır (Kaplan ve Yardımcıoğlu, 2020: 29). Bu nedenlerle habitus kader değil yenilikler ile değişime uğrayan yatkınlıklar bütünüdür (Wacquant ve Bourdieu, 2003: 121-124).

2.4. TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİ VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Ülkeler, I. ve II. Dünya savaşları boyunca ve savaşların bitmesini takiben devam eden süreçte savaşların neden olduğu yıkım, ekonomik krizler ve beraberinde hızla artan sosyal sorunlar ile mücadeleye başlamışlardır. Özellikle 1945 yılından 1970 yıllarına kadar vatandaşlarının yaşamlarının her yönü ile ilgilenen, tüm vatandaşlarının eşit bir biçimde barınma, sağlık, eğitim, iş imkânı gibi ekonomik ve sosyal tüm alanlardan eşit faydalanmaları yönünde sosyal refah devleti politikaları izlemişlerdir (Koç, 2014: 568). Tüm bu eşitliği sağlamak devletin görevleri arasından sayılmıştır. Bu anlayış ve uygulanan politikalar ile özellikle Avrupa ülkelerinde yaklaşık otuz yıllık bir dönem "altın çağ" veya "otuz muhteşem yıl" olarak adlandırılmıştır. Ancak tüm bu politikaların devlete ekonomik olarak yüklediği maliyetler, ülkeler arası rekabetin artması, yeni ekonomik krizler ve kapitalizmin dayatmaları sonucu devletler bu yönde uyguladıkları politikaları terk etmek durumunda kalmışlardır (Durdu, 2009: 48). 1970'li yıllara gelindiğinde terk edilen sosyal refah devleti anlayışı ile birlikte uygulamaya konulan neoliberal politikalar sonucu yoksulluk ve işsizlik oranlarında ciddi artışlar yaşanmaya başlamıştır. Uygulanan neoliberal politikalar ile kadınlar ucuz iş gücü olarak istihdamda kendilerine yer bulurken bu durum kadın yoksulluğunun derinleşmesine neden olmuştur (Topateş ve diğerleri, 2022: 1043).

"Yoksulluğun kadınlaşması" kavramı ilk kez 1978 yılında Diane Pearce tarafından Amerika'da kadınların iş gücüne katılımındaki artışa rağmen 1950 ile 1970 yılları arasında kadınların ekonomik koşullarının giderek kötüleşmesi üzerine konuya dikkat çekmek amacıyla kullanılmıştır (Ulutaş, Ünlütürk, 2009: 25). Literatürde yoksulluk ile ilgili farklı tanımlar ve çalışmalar yer almaktadır (Topgül, 2013; Ulutaş-Ünlütürk, 2009; Şener, 2012; Avcil, 2021). Yoksulluk kavramının tanımı konunun ele alındığı ülkelerin ekonomik durumları, zaman ve mekan çerçevesi içinde farklılıklar göstermektedir (Avcil, 2021: 112). Sanayi devriminin ardından takip eden zamanda farklı bakış açılarının etkisi ile yoksulluk kavramının tanımı ekonomik

açından, gelişme ve büyüme açısından ya da tüketim açısından ele alınmasına göre değişime uğramıştır. Günümüzde yoksulluk kavramı sadece ekonomik açıdan ele alınmamakta, özellikle kadın yoksulluğundan bahsedilirken ekonomik yoksulluk dışında sosyal ve siyasal hayata katılımı kadınların maruz kaldığı dışlanmadan da bahsedilmektedir. Sosyal bir gerçeklik olan ancak yeterince ilgi görmeyen bu kavram ile anlatılmaya çalışılan, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yoğun yaşandığı toplumlarda kadınların eğitim, sağlık gibi hizmetlerden yeterince yararlanamamalarının yanı sıra toplumsal hayata aktif katılımı da geri planda kalmaları sonucu beraberinde yaşadıkları sosyal dışlanmadır. Kadın ve erkek arasında toplumda var olan eşitsizlikler kadının ve erkeğin yoksulluğu deneyimleme biçimlerini de farklılaştırmıştır (Şener, 2012: 51). Böylece kadınlar yoksulluğu erkeklere oranla kat ve kat daha fazla ve farklı alanlarda tecrübe etmektedirler.

1970'li yıllardan itibaren yaşanan ekonomik krizlerle, sosyal refah devleti anlayışının sonlanması ile beraber artan yoksulluk ve işsizliğe karşı bir çözüm olarak sunulan ve Avrupa Birliği tarafından desteklenen, Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kurumlar tarafından geliştirilen kalkınma planları dahilinde girişimcilik özellikle gelişmekte olan ülkelere sosyo-ekonomik bir reçete olarak sunulmuştur (Topateş Kalfa ve diğerleri, 2022: 1045). Kadın yoksulluğunun giderilmesi içinde bir çözüm olarak sunulan kadın girişimciliği ile aynı zamanda işsizliğin giderek kadınlaşmasının da önüne geçilmesi planlanmıştır. Yapılan çalışmalar yoksulluğun giderilmesine yönelik çareler üzerine yoğunlaşmış ancak neoliberal politikaların, sınıf çelişkilerinin etkileri ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği gibi yoksulluğu etkileyen nedenler üzerinde çok durulmamıştır (Ulutaş-Ünlütürk, 2009: 25). İstihdama katılan kadınlar için en zorlayıcı faktör, erkeklerden farklı olarak iş yerinde harcadıkları emeğin ve zamanın ardından, çocuk bakımı, temizlik, yemek, çamaşır gibi ev içi işlerin kadınların sorumluluğunda olmaya devam etmesi ve bu nedenlerle aile-iş dengesini sağlamakta zorlanmasıdır. Bu durum kadınların işlerine karşı daha hırslı, hedef odaklı olmalarının önünde ki engellerden birisidir. Kadınlar bu durumda ya çalışma hayatına katılamamakta ya da bu dengeyi sağlayacağı daha vasıfsız, düşük ücretli, düşük statülü, az sorumluluk alabilecekleri, esnek çalışma saatleri olan işleri tercih etmektedirler. Bu durum kadınların çalışma hayatında geri planda kalma nedenlerinden biri olmaktadır.

Neoliberal bakış açısı ile kadına yaklaşan ülkelerde kadınlar ev iş gücünde değerlendirilen, asli yeri ev olan, kalkınmada "atıl iş gücü" olarak görülen ancak istihdama ve iş gücüne katılımları ile kalkınmada çok önemli rolleri olan bireyler

olarak görülmektedirler. Bu bakış açısı, toplumda kadının yerine olan inanç ile ülkelerin ekonomik kalkınmada yönündeki hedefleri arasında ciddi bir karmaşaya neden olmaktadır. Özellikle küresel rekabetin artması ile gelişmiş ülkeler arasına katılım için gerekli olan ekonomik kalkınmada her bir bireyin iş gücüne katılımının öneminin anlaşılması ile ülkeler yeni politikalar belirleyerek kadının iş gücünün katılımını arttırmaya çalışmaktadırlar. Kadın girişimciliğin de çözümlerden birisidir. Türkiye gibi ataerkil sistemin baskın olduğu ülkelerde, Türkiye gibi, bu durum kültürel normlar ile çatışma yaratmaktadır. Toplumun her bir bireyinin aileden başlayarak, toplum, dil, din, eğitim gibi kurumlarca aşıl原因an toplumsal cinsiyet eşitsizliği bireyler tarafından içselleştirilmiş ve "kadınsı" ve "erkesi" işler ortaya çıkmış ve kadınlar ikinci plana itilmiştir. Hazırlanan politikalar ile kadının "girdi iş gücü" olarak ekonomiye ve istihdama katılımını kolaylaştırılmak sağlansa da toplumsal cinsiyet eşitsizliği, ataerkil yapı ve kültürel normlar gibi pek çok etki ile tam katılım sağlanamamıştır (Öğüt, 2006: 73). Özellikle kadınların girişimcilik faaliyetine katılımı ile ekonomide yarattıkları katma değerin anlaşılması ile kadın girişimciliğine destekler verilemeye başlanmıştır. Neoliberal bakış açısı ile ele alınan kadın girişimciler, yoksulluğu azaltma, istihdam sağlama ve gelir yaratma gibi ekonomik boyutu ile ele alınmaktadırlar (Sallan-Gül ve diğerleri, 2016; Topateş ve diğerleri, 2022). Kalkınmanın ekonomik boyutu ile ilgilenen neoliberal politikalar, toplumsal ve kültürel değişimlerin kalkınma üzerinde ki pozitif ve yapıcı etkilerini göz ardı etmektedirler (Çakmak, 2003: 52).

Girişimcilik bölgesel farklılıkların giderilmesinde önemli rol oynamaktadır. Ekonomik kalkınma ve gelişimden bahsedebilmemiz için bölgesel farklılıklarında hem ekonomik hem de sosyal refah açısından giderilmesi gerekmektedir (Göküş ve diğerleri, 2013: 88). Ekonomik büyüme olarak değerlendirilen kalkınma özünde bireylerin sahip oldukları potansiyellerin ortaya çıkmasına olanak sağlayan aynı zamanda toplumda sosyal ve kültürel değişim yaratan bir süreçtir (Turhan, 2020: 153). Sadece ekonomik girdi ve çıktılar olarak değerlendirilen kalkınma, ekonomik boyutunun yanı sıra toplumda yaşanan toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin de belirtecidir. Kalkınmanın sadece ekonomik boyutunun yanı sıra "insan merkezci" bir yaklaşıma da sahip olması nedeniyle toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bu noktada göz önünde bulundurulması önem arz etmektedir. İnsan merkezli kalkınmada, sağlık, eğitim, kültür, sosyal maliyetler ve kadının toplumsal konumunun iyileştirilmesi konularına ağırlık verilmektedir (Topateş ve diğerleri, 2022: 1048). Neoliberal politikalar ile salt ekonomik çıktılar göz önünde bulundurulurken kadına

yaklaşılmaktadır. Oysaki güçlendirme yaklaşımı ile konuya odaklanan son zamanlarda yapılan ve alan yazında yer alan çalışmalar, özellikle kadın yoksulluğunun giderilmesinde çözüm olarak sunulan kadın girişimciliğinde bu konunun önemini vurgulamaktadırlar (Pektaş ve Kurgun, 2024; Topateş ve diğerleri, 2022). Toplumsal yapı içerisinde, kadın ve erkek arasında var olan sosyo-ekonomik eşitsizliklerin en aza indirgenebilmesinde güçlendirme yaklaşımı önemli bir role sahiptir (Pektaş ve Kurgun, 2024: 1387). Feminist teorinin merkezinde, kadınlara biçilen ikincil statünün toplumsal eşitsizlikten kaynaklandığı, kadınların kişisel statüsünün politik, ekonomik ve toplumsal güç ilişkileri tarafından şekillendirildiği ve kadınların her türlü güce eşit erişime sahip olması gerektiği inancı yer almaktadır. Güçlendirme yaklaşımı ile bireysel ve kolektif dönüşüm için ezilen ve dışlanmış nüfusların kişisel, kişilerarası ve politik gücünü arttırmak amaçlanmaktadır (Turner ve Maschi, 2015: 152). Feminist teoriler özellikle cinsiyetle ilgili rol beklentilerini, statü ve güç farklılıklarını incelerken güçlendirme teorisi daha spesifik olarak ırk/etnik köken/kültürün ve bir dereceye kadar sınıf statüsünün bireyleri ve sorunları şekillendirmedeki rolüne önem vermektedirler (Poorman, 2003: 220). Güçlendirme bireylerin hayatları üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmalarına yardımcı olan teorik bir bakış açısidir. Güçlendirme, feminist teorinin temel bir parçası haline gelmiştir ve bu nedenle, bireysel ve kolektif dönüşüm için ezilen ve dışlanmış nüfusların kişisel, kişilerarası ve politik gücünü artırmayı amaçlamaktadır. Kadınların güçlenmesinin etkisi aile, toplum normları ve değerleri ve son olarak bu toplumları yöneten yasalar üzerinde güçlü bir etki yaratmaktadır (Handy ve Kassam, 2006: 71). Bu nedenle, kadınların güçlendirilmesi kalkınma çabaları için hayati bir strateji niteliğindedir. Kadınların güçlendirilmesi ile 'bireylere kendi değer ve güç duygusunun ve hayatın sorunlarıyla başa çıkma kapasitelerinin yeniden kazandırılması' sağlanmaktadır (Handy ve Kassam, 2006: 72). Pek çok araştırmada güçlendirmeye bir süreç olarak yaklaşılmaktadır (Gutierrez, 1995; Kaminski ve diğerleri, 2000; Nelson ve diğerleri, 2001). Bireyin yaşadığı baskının farkına varmasıyla başlayan sürecin, bireyin olaya karşı farkındalığının ve bilincinin artması ile beraber kişisel, toplumsal ve/veya ailevi bir değişimle sonuçlanacağını öne sürülmektedir (Turner ve Maschi, 2017: 152). Güçlendirme yaklaşımı ile kadınların öz yeterlilikleri ve kendilerine güvenleri arttıkça bu risk alma istekleri üzerinde olumlu bir etki yaratmakta ve bu değişimler aile ve toplumu da etkilemektedir.

Neo-Klasik/Beşeri sermaye yaklaşımına göre kadınların iş hayatında ki bu ikincil sınıf pozisyonu, eğitim, bilgi, tecrübe ve beceri eksikliği nedeniyle meydana

gelmektedir ve bu nedenle de ev içi işlerden, çocuk ve hasta bakımı gibi vasıfsız işlerden sorumlu olmaktadır (Özçatal, 2011: 23). Ancak bir ülkede kalkınmadan söz edilebilmesi için beşeri sermaye'ye önem verilmesi gerekmektedir. Sosyal, siyasal, kültürel ve coğrafi koşulların yanı sıra uygun girişimcilik iklimi beşeri sermayenin gelişiminde önemli rol oynamaktadır. Kadının toplumda ikincil sınıfa itilmesinin, istihdamda beklenen düzeyde yer alamamasının ana nedeni toplumsal cinsiyet eşitsizliğidir. Kadın girişimciliğinin öneminin anlaşılmasıyla her ne kadar yeni düzenlemeler yapılsa da, yeni politikalar hazırlansa da eşitsizliğe neden olan faktörler göz ardı edildiği sürece kadınların istihdama katılımında başarılı olunması zordur. Ülkelerin içinde bulunduğu coğrafya, kültürleri ve toplumsal tutumları girişimcilik üzerinde belirleyici faktörlerdir. Türkiye'de ataerkil bir ülke olarak cinsiyet eşitsizliğinin en çok yaşandığı ülkelerdendir. 2024 Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'na göre Türkiye, cinsiyet eşitliği konusunda önemli bir ilerleme kaydedememiştir ve dünya genelinde 146 ülke arasında 129. sırada yer almaktadır. Türkiye'nin genel cinsiyet eşitliği skoru %63,6'dır. Bu da geçen yıla göre çok az bir artış göstermektedir. Türkiye'nin en iyi performans gösterdiği alan, kadınların eğitimdeki durumu olup, bu alanda cinsiyet farkı büyük ölçüde kapanmıştır. Ancak, ekonomik katılım ve fırsatlar ile siyasi güçlenme alanlarında büyük eşitsizlikler devam etmektedir. Ekonomik katılım ve fırsatlar alanında Türkiye, kadınların iş gücüne katılımının düşük olması nedeniyle önemli bir cinsiyet eşitsizliğine sahiptir. Kadınlar, yönetici pozisyonlarına yükselmekte zorlanmakta ve üst düzey pozisyonlarda daha az temsil edilmektedir. Siyasi güçlenme alanında ise kadınların parlamentodaki ve bakanlıklardaki temsili oldukça sınırlıdır. Küresel olarak ise, cinsiyet eşitsizliğinin tamamen kapanmasının 134 yıl süreceği tahmin edilmektedir. Dünya genelinde eğitim ve sağlık alanlarında belirgin ilerlemeler kaydedilirken, ekonomik katılım ve siyasi güçlenme alanlarında büyük farklar devam etmektedir. "Cinsiyetli kurumlar" terimi, cinsiyetin toplumsal yaşamın çeşitli sektörlerindeki süreçlerde, uygulamalarda, imgelerde ve ideolojilerde ve güç dağılımlarında mevcut olduğu anlamına gelmektedir (Acker, 1992: 567). Geçmişten beri hukuk, siyaset, din, devlet, ekonomi gibi tüm alanlar erkekler tarafından geliştirilmiş ve yönetilmiştir. Tarih boyunca lider pozisyonunda erkeklerin olması ve işleyişin onlar tarafından yorumlanarak sisteme dahil edilmesi sonucu kadınlar ya yok sayılmış ya da ikincil pozisyona itilmişlerdir. Kadınları tüm kurumlara dahil eden birçok değişikliğe ve kadınların daha önceki önemli katılımlarını gösteren kadın tarihinin geri alınmasına rağmen, erkekler hala merkezi kurumlara hakimdir (Acker, 1992:567).

Türkiye 1999'da başlayan Avrupa Birliğine katılım sürecinde uluslararası kabul şartlarını yerine getirmek ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini gidermek amacı çeşitli çalışmalar başlatmıştır. Bu amaçla yasalar önünde kadın ve erkek fırsat eşitliğini sağlamak üzere, Anayasanın 10. maddesine 2004 yılında " Kadınlar ve erkekler eşit haklara sahiptir. Devlet bu eşitliğin yaşama geçmesini sağlamak ile yükümlüdür" hükmü eklenmiş, 2010 yılında yine Anayasa'nın 10. maddesinin ikinci fıkrasının sonuna "..... bu maksatla alınacak tedbirler, eşitlik ilkesine aykırı olarak yorumlanamaz" ibaresi eklenmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2018: 23). Toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak amacı ile hazırlanan pek çok uluslararası sözleşme ve düzenlemelere de imza atmıştır. Ancak feminist bakış açısı ile olaya bakıldığında liberal feminizm ile yapılmaya çalışılan "kadın ve erkek eşittir ve eşit hak ve özgürlüklere sahip olmalıdır düşüncesi" ile başlayan yolda alınan kararların veya yaptırımların, toplumsal zihniyetler değişmedikçe bir öneminin olmayacağı tarihsel süreç boyu tecrübe edilmiştir. Her türlü yasaya ve yaptırıma rağmen toplumda yerleşik olan kültürel normlara ve eril düzene yönelik bir çalışma yapılmadıkça, kadının bedeni üzerinde başlayan ve sosyal hayatına kadar sinen eril tahakkümün önüne geçilemeyeceği anlaşılmıştır.

Tarih boyunca erkekler kadınların bedenleri üzerinde psikolojik, kültürel, ekonomik ve fiziksel şiddet uygulamışlardır ve uygulamaya da devam etmektedirler. Bu durum ne yasalar ne de zorlamalar ile değiştirilememiştir. Kadının yeniden üretimde emeğinin ücretsiz işten, ücretli işe aktarımı sadece emeğin yerini değiştirmiş, cinsiyet ayrımını etkilememiştir (Acker 1992: 567). Ancak toplum ortak bir bilince vardığında, eğitim seviyesi yükseldiğinde, tabular değiştiğinde, bilinen doğruların geçmişten gelen alışkanlıklardan ortaya çıktığı idrak edildiği ve toplumsal bir farkındalık yaşandığında değişim başlayacaktır. Cinsiyet eşitsizliğinin ekonomik büyümeye olan etkileri konusunda nispeten daha az çalışma, ampirik uygulama ve model bulunmaktadır (Günsoy ve Özsoy, 2012: 22). Bunun içinde bu konuda çalışma yapan akademisyenlere ve kurumlara iş düşmektedir. Çünkü girişimcilik olgusu her ne kadar psikolojik çerçevede kişilik özellikleri boyutu ile anlatılmaya çalışılsa da, sosyolojik ve çevresel faktörlerinde göz önünde bulundurulduğu bir bağlamda incelenmesi gerekmektedir. Girişimciyi ve içinde yaşadığı toplumun birlikte ele alındığı çalışmalar sonucu elde edilen veriler toplumsal ve kültürel bağlamda yaşanan değişimleri gözler önüne sermektedir. Bu nedenle sosyoloji bakış açısı ile konuya eğilmek önemlidir (Koçak, 2019: 24). Kadın girişimciliğine post yapısalcı bakış akışı ile yapılan çalışmalarda kadın rol modellerin önemine ve

eksikliğine vurgu yapılarak, toplumsal değişim ve gelişim üzerinde ki etkilerinden bahsedilmiştir (Arıkan, 2016: 154; Karadirek, 2023: 507). Goldman Sachs 10.000 Kadın Projesi kapsamında, 15 ülkedeki katılımcılar üzerinde yapılan bir takip çalışmasında, programın tamamlanmasından 12-18 ay sonra, 3000 kadın girişimcinin %90'ının ekosistemlerindeki diğer kadın girişimcilere akıl hocalığı yaparak "iyiliği yaydıkları" gözlemlenmiştir (Brush ve diğerleri, 2018). Bu kadınlar hem rol model olmuşlar hem de girişimciliğe istekli diğer kadınların becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmak amacıyla onlara koçluk yapmışlardır. Yapılan farklı bir çalışmada, erkeklere oranla, kadın girişimcilerin elde ettikleri gelirlerinin yüksek bir oranını ailelerine ve topluluklarına fayda sağlamak için kullandıkları ayrıca gıda ve çocuk eğitime daha fazla para yatırdıkları gözlemlenmiştir (Siba, 2016). Bu çalışmaların sonuçlarına bakıldığında kadınların yalnızca ekosistemlerden etkilenmediği, aynı zamanda ekosistemlerindeki diğerler bireyleri de etkiledikleri görülmektedir.

“Öğrenilmiş çaresizlik” olarak da tanımlayabileceğimiz, kadının toplumdaki şu anda ki mevcut yeri, ancak kadının toplumsal faaliyetlere, istihdama katılımı sonucu bilinçlenmesi, farkındalığının artması ve hem politik hem de bireysel güç kazanması ile sona erdirilebilecektir. Öğrenilmiş çaresizlik teorisine göre, bireyler yalnızca istenen bir hedefe ulaşabileceklerine inandıklarında o hedefe ulaşmak için gerekli çabayı gösterirler (Bandura, 1993; Seligman, 1991). Feminist teorisyenler bilinç yükseltme yoluyla kadınların baskı deneyimlerini diğer kadınların deneyimleriyle ilişkilendirebileceklerini ve böylece kişisel sorunlarının politik boyutlarını görebileceklerini öne sürmüşlerdir (Carr, 2003: 15). Carr çalışmasında, feministler için bilinç yükselmesinin, kişinin kendi konumunu görmeye başladığı ve diğer olası konumlara doğru hareket ettiği bir keşif süreci olarak tanımlamaktadır. Bu nedenle kadın girişimci sayılarının artması, başarı hikayelerinin paylaşılması bilinç yükselmesini sağlamak adına çok önemlidir. Başarı rol modellerin görünür olması ile kadın "bende yapabilirim" inancıyla harekete geçmektedir. Breton'a (1994) göre, "bilinç yükseltme süreci [sadece] kişisel bir bilişsel yeniden yapılandırma süreci değil, aynı zamanda bir siyasallaştırma süreci ve sosyo-politik yeniden yapılandırma talebi yaratan bir özgürleşme sürecidir" (Breton, 1994: 31).

2.5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN EKONOMİK VE TOPLUMSAL KALKINMADAKİ ROLÜ

Küreselleşme günümüzün en çok konuşulan ve en çok tartışılan konularından biri olmuştur. Ekonomik, politik, sosyolojik ve siyasi pek çok farklı boyuttan tartışılrsa da temelinde ekonomik bir kavram olarak ele alınmaktadır. Farklı boyutlar ile olan ilişkisinden dolayı henüz tam bir tanımı yapılamamış olan küreselleşme kavramı özellikle girişimciliğin öneminin anlatıldığı çalışmalarda sık sık karşılaşılan bir terimdir. "Globalization Reader" isimli kitapta (aktaran, Göngen, 2013: 189), küreselleşme kavramı çok boyutlu yapısı göz önünde bulundurularak bir örnek ile açıklanmaya çalışılmıştır. "Yeni keşfedilen bir ada topluluğu nasıl dünya ile entegre olur?" şeklinde farazi bir soru ile küreselleşmeyi açıklanmaya çalışılmıştır. Buna göre dört farklı bakış açısı ortaya konulmuştur. Birinci grup bakış açısına göre, işletmeler, ucuz iş gücünden dolayı oraya fabrika kurup, alt yapıyı geliştirmek için mühendisler gönderir ve sonra doğal kaynakları üzerinde hak iddia ederler. İkinci grubun bakış açısına göre, büyük ülkelerin temsilcileri orayı iş birliğine uygun hale getirmek için yardım ederler. Üçüncü grup bakış açısına göre, adayı istila ederek, diğer toplumlar gibi çalışacak ortamı sağlayacak kurumların inşasına yardım ederler, Son grup bakış açısı ise adanın sahip olduğu kültürel mirası korumaya odaklanır. Bu cevaplardan dört farklı bakış açısı ortaya çıkmaktadır. Birinci gruba göre küreselleşme ucuz iş gücü ve doğal kaynaklarda hak iddia etme aracı; ikinci gruptakiler için küresel politikalara uyumlu hale gelme yolu, üçüncü gruptakiler için küreselleşme modernleşme aracı ve son grup için küreselleşme kültür emperyalizmidir. Küreselleşme ile başlayan diğer bir olgu ise gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkeler ayrımcılığıdır. Uluslararası kurum ve kuruluşların belirlediği faktörler üzerinden devletler kategorize edilmekte her yıl puanlanmaktadır. Kadın ve erkek arasında yaşanan cinsiyet eşitsizliği gibi ülkeler arasında da ekonomik ve toplumsal kalkınma ve gelişimde eşitsizlikler olduğu gözlemlenmektedir. İşte bu eşitsizlik yarışında kalkınma ülke ekonomileri ve toplumsal gelişim için büyük bir öneme sahiptir. Gelişmiş ülkeler seviyesine çıkabilmek için kalkınma sürecinde ülkelerin sahip oldukları tüm kaynakların etkin bir biçimde kullanılması, toplumun her bireyinin eşit refah ve eşitlik seviyesine kavuşması önem arz etmektedir. Nüfusu oluşturan tüm çalışma yaş aralığında ki bireylerin üretime ve istihdama katılımı özellikle üzerinde durulan konulardan birisidir.

1990'lı yıllarda girişimciliğin özellikle kalkınmada ki öneminin anlaşılması ile ülke politikaları girişimciliği teşvik edici, özendirici uygulamalar ve yasalar yürürlüğe koymaya başladılar. Girişimciliği bu kadar önemli yapan, bölgeler arası gelişmişlik farkının azalmasında, piyasaya yeni fikirler, yeni üretim metodları, yeni ürünler getirerek çeşitliliği çoğaltması, istihdama ve ekonomik kalkınmaya katkısı, yaptığı yenilikler ile ülkeler arası rekabette üstünlük sağlanması, çağı yakalaması gibi özellikler ile hem iç hem dış ekonomik göstergelerde farklılıklara neden olmasıdır (Gries ve Naude, 2010: Naude, 2010). Bunun yanı sıra özellikle kadın girişimcilerin, toplumsal ve kültürel değişimlere olan katkısı ülkelerin girişimciyi destekleyici politikalara önem vermesine neden olmuştur. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin ortak özelliği var olan girişimci sayılarının azlığıdır. Atıl güç olarak nitelendirilen kadınlarında istihdama katılımı bu nedenle önemlidir.

Gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik sürecinde, hem kadın yoksulluğunun artması, hem de istihdama katılımda yaşadıkları cinsiyet ayrımcılığı kaynaklı zorluklar nedeniyle kadınların girişimcilik faaliyetine katılımına özel bir önem verilmektedir., Gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliğine olan ilginin artmasının ikinci nedeni, kadınların yönettiği mikro ve küçük işletmelerin genel hane halkı refahı ve tüketimi üzerinde erkeklerin yönettiği küçük işletmelere göre daha önemli bir etkiye sahip olabileceği anlayışıdır (Minnit ve Naube, 2010: 278-279). Kadın girişimciler erkek girişimcilere oranla, hem işyerlerinde istihdamda hemcinslerine daha fazla yer vermekteler hem de daha fazla sağlık, eğitim gıda gibi ailelerine fayda sağlayacak konularda ve toplumsal konularda harcama yapmaktadırlar (Siba, 2016; Nichter ve Goldmark, 2009). Bu nedenlerle, kadın girişimciliğini desteklemek ve genişletmek, ekonomik kalkınmanın yanı sıra toplumsal kalkınma açısından da değerlidir.

Bölgeler arası farklılıkların giderilmesinde kırsal kalkınma önemli bir yer teşkil etmektedir. Aynı zamanda kırsal bölgelerde yeni iş olanaklarının yaratılması, o bölgelerdeki ekonomik ve sosyal şartların düzeltilmesi kentten kırsala tersine göçüde teşvik edicidir. Mevcut literatür, kırsal alanların veya sırasıyla kırsal nüfusun çeşitli şekillerde tanımlanabileceğini göstermektedir. Avrupa Birliği'nin Kırsal Kalkınma için Avrupa Tarım Fonu tarafından nüfus yoğunluğu 1 kilometrekare başına 150 kişinin altında olan yerel alanlar kırsal olarak tanımlanmıştır (Simkova, 2007: 264). Kırsal kalkınma, kırsal bölgelerde yaşayan bireylerin sahip oldukları ekonomik, sosyal ve kültürel şartlarının iyileştirilebilmesi için kalkınma odaklı hareket

geçirilerek üretimde bulunma, ekonomik ve sosyal gelişim sağlama sürecidir (Boyacıoğlu, 2014: 83).

Son yıllarda insanların değişen ihtiyaçları doğrultusunda özellikle şehirde stres altında yaşayan, yeşile ve doğaya, sessizliğe ve sakinliğe özlem duyan insanlar için kırsal turizm alternatif bir turizm anlayışı haline gelmiştir. Kırsal turizm doğası gereği daha çok ev uzantılı, el sanatları, yiyecek, içecek gibi etkinliklerin ağırlıklı olmasından dolayı kadına ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle de kırsal turizmde kadın öncelikli bir yere sahip olmaktadır. Kırsalda yaşayan kadınlar, tarım ve hayvancılık ile uğraşarak genelde ücretsiz emek işçiliği yapmakta ve kırsal alanların ekonomik kalkınmasında uzun bir süre boyunca 'görünmez' rol oynamaktadırlar (Koutsou ve diğerleri, 2009: 191). Eş, anne, tarım işçisi olarak algılanan kadın hem tarlada hem de dışarıda erkeklerin baskın ekonomik çalışmalarına genel olarak tabi tutulmuşlardır. Bu nedenle kırsal turizmle, emeğini paraya çeviren kadının konumu ve sosyo-ekonomik rolünde de farklılaşmalar olmaktadır. Geleneksel rollerinin ötesinde yeni roller edinerek aileyi ve toplumu dönüştürücü ve yapıcı süreçlerde rol oynamaya başlamaktadır (Fidan ve Nam, 2012: 52). Rollerin kentsel toplumlara göre çok daha katı bir şekilde belirlendiği kırsal kesimdeki kadınlar, klasik rollerinin ötesine geçip ailelerinde ve ayrıca yerel toplumda önemli ve görünür bir rol oynamaya başlamaktadırlar (Koutsou ve diğerleri, 2009: 205). Kadınların artan gelirleri ve hanedeki karar alma süreçlerindeki rollerinde değişikliklerde yol açmaktadır. Birçok durumda bu, mevcut eşitsizliklerin daha fazla sorgulanmasına neden olmaktadır (Mayoux, 2001: 452). Böylece hane içinde söz hakkı, öz güven, ekonomik bağımsızlık gibi çıktıların yanı sıra, kadına yönelik toplumsal algıda da değişimlere neden olarak, tabuların yıkılmasına neden olurlar.

Uzun yıllardır yapılan bütün politikalara ve teşviklere rağmen kadın girişimci oranı istenen düzeye gelememiştir. 18. yüzyılda toplumsal bilinçlenme hareketi olarak başlayan feminist politikaların girişimcilik literatüründe kendine yer bulmasıyla birlikte kadın girişimciliğine yönelik çalışmalarda farklı bir yöne doğru değişim göstermiştir. Feminist akımlar var olan girişimcilik bakış açısına karşı farklı argümanlar öne sürmüştür (Minniti, 2009: 508). Feminist bakış açısına göre bugüne kadar girişimcilik ile ilgili tüm argümanlar erkeksi söylemlerden yola çıkarak üretilmiştir ve kadınlar bu argümanlara göre değerlendirilmiştir. Ancak toplumda yaşanan cinsiyet eşitsizliği nedeniyle kadınlar dezavantajlı durumdadırlar ve bakış açısının değiştirilmesi gerekmektedir (Laguina ve diğerleri, 2022). Bu farklı bakış

açısıyla yapılan çalışmalar neticesinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kabulü ile birlikte tüm dünyada ve Türkiye'de yeni politikalar geliştirilmeye başlanmış, kadın istidamını arttırıcı uygulamalar yürürlüğe konmuştur. Her ne kadar hala istenilen düzeye gelmese ve cinsiyet eşitsizliği devam etse de kadınların istihdama katılımı birlikte ekonomik rakamlarda değişimler görülmeye başlanmıştır. Ekonomik kalkınma arttıkça kadının toplumsal ve ekonomik statüsü de güçlenmeye, kadın güçlendikçe ekonomik kalkınma da artmaya başlamıştır (Şimşek, 2008:1) Kalkınma ve kadının güçlenmesi arasında doğrusal bir etkileşim bulunmaktadır. Öte yandan sürdürülebilirlik ve yoksulluğun azaltılmasında da kadınlar önemli rol oynamaktadırlar. Kadının kalkınması aileyi de etkilemekte ve toplumsal bir değişime neden olmaktadır. Kadının iş gücüne katılımı aile refahını arttırmakta ve ekonomik refahında yükselmesine neden olmaktadır.

2.6. KADIN GİRİŞİMCİLER VE TURİZM SEKTÖRÜ

Günümüzde özellikle gelişmekte olan ülkelerin en temel sorunu, var olan kaynaklarını etkili bir biçimde kullanamamalarından dolayı kalkınma hamlelerini gerçekleştirememeleridir. Özellikle bölgesel ve coğrafi avantajlarını iyi değerlendirebilen ülkeler için turizm, dünya genelinde ulusların ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimine önemli ölçüde katkı sağlayan kilit bir sektördür. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde, turizm endüstrisi ekonomik büyüme, iş yaratma ve kültürel değişim için güçlü bir motor olarak kendini kanıtlamıştır.

Turizm sektörünün gelişmesi ile kalkınma arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. Turizm dünya ticaretinde üçüncü büyük sektör olarak yer almaktadır. Turizm, konaklama, yiyecek, ulaşım ve eğlence gibi alanlarda turistlerin yaptığı doğrudan harcamalar yoluyla gelir yaratan önemli bir ekonomik faaliyet unsurudur. 17 Kasım 2019 tarihinde Çin'in Hubei bölgesinin başkenti olan Vuhan'da ortaya çıkan ve tüm dünyayı saran Pandemi dönemi yaklaşık dört yıl boyunca tüm dünyada etkisini sürdürmüştür. Bu dönemden en çok etkilenen ülkeler kalkınmalarında turizmin büyük paya sahip olduğu ülkeler olmuştur. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'nin(WTTC) 2019 ve 2023 verileri karşılaştığında turizm sektöründeki etkileri görülmektedir.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne (WTTC) göre, 2019 yılında dünya genelinde 330 milyon iş yani her on işten biri turizm sektörü tarafından desteklenirken, küresel turizm endüstrisi 2019 yılında dünya Gayri Safi Yurtiçi

Hâsılası'na (GSYİH) yaklaşık 8,9 trilyon dolar katkı sağlayarak, küresel GSYİH' nın %10,4'ünü oluşturmuştur (World Travel and Tourism Council, 2020). Bu önemli katkı, sektörün bir gelir ve istihdam kaynağı olarak önemini vurgulamaktadır. 2023 yılının verilerine bakıldığında ise; seyahat ve turizm sektörü küresel GSYİH' nın %9,1'ini oluşturmuş ve 27 milyon yeni iş yaratarak istihdamda %9,1'lik bir artış sağlamıştır. Her ne kadar bu gelişmeler 2019 yılındaki pandemi öncesi seviyelere çok yaklaşan bir toparlanma sürecinin parçası olarak değerlendirilse de 2019 seviyelerinin %14,4 gerisinde kaldığı açıklanmıştır. 2023 yılında Seyahat ve Turizm sektörü küresel GSYİH' ya %9,1 katkıda bulunurken; 2022'ye göre %23,2 artış göstermiş ve 2019 seviyesinin sadece %4,1 altında kalmıştır (World Travel and Tourism Council, 2023). Benzer olarak, WTTC ve Oxford Economics tarafından yapılan araştırmalara göre, turizm sektörü 2023'te 9,5 trilyon dolar GSYİH katkısına ulaşarak pandemi öncesi zirvenin sadece %5 altında bir seviyede tamamlamıştır. 2024 yılında ise bu seviyeyi aşması beklenmektedir. Ayrıca, sektörün 2033 yılına kadar küresel ekonomiye 15,5 trilyon dolar katkı yapması ve dünya genelinde 430 milyon kişiyi istihdam etmesi öngörülmektedir (World Travel and Tourism Council, 2023). Bu veriler, turizmin küresel ekonomik toparlanmada ve büyümede kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Özellikle pandemi sonrası toparlanma sürecinde, turizm sektörü ekonomiler için önemli bir gelir kaynağı ve iş fırsatı oluşturmaya devam etmektedir. Türkiye de dahil olmak üzere birçok ülke, turizmin bu potansiyelinden yararlanarak ekonomik kalkınmayı hızlandırmayı hedeflemektedir. Dünya Ekonomik Forumu'na (WEF) göre, sektörün geleceği, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir mobilite sistemi yaratmayı hedefleyen uluslararası işbirliğine bağlı olacaktır. Özellikle, sürdürülebilir uygulamaların artması, çevreye duyarlı seyahat anlayışının yaygınlaşması ve sanal seyahat gibi yeniliklerin entegrasyonu gibi konuların sektörün önemli konuları arasında yer alacağı düşünülmektedir (World Economic Forum, 2023). Türkiye, 2023 yılında 56,7 milyon ziyaretçi ağırlamış ve kişi başı ortalama harcama 952 dolara ulaşmıştır. Bu durum, Türkiye'nin turizmde nitelikli turistleri çekme stratejisinin bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Türkiye, deniz-kum-güneş turizmi ile sınırlı kalmayıp, kış turizmi, sağlık turizmi ve kültürel etkinliklerle ürün çeşitliliğini artırmıştır. Bu çeşitlilik, turistlerin ortalama kalış süresini ve harcamalarını artırarak ekonomik katkıyı maksimize etmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

Ataerkil yapı, cinsiyet ayrımcılığı ve kültürel normların etkisiyle istihdama katılım sağlamak isteyen kadınlar her sektörde rahatlıkla çalışma imkânına sahip

değildir. Kadınların en çok istihdama katıldığı sektör turizm sektörüdür. Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) verilerine göre, 2023 yılı itibarıyla dünya genelinde turizm sektöründe kadınların istihdam oranı %54'tür (UNWTO, 2023). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2023 verilerine göre de, kadınların hizmet sektöründeki toplam istihdam oranı %51,4'tür. Bu oranlar hem sektör açısından hem istihdam ve girişimcilik açısından kadınların oynadığı rolün önemini göstermektedir. Kadınlar hizmet sektörlerinde genellikle oda temizliği, mutfak, servis gibi, günlük rutinleri olan ev işlerinin devamı niteliğinde işlerde çalışmakta ve kalifiye, yüksek maaşlı işlerde erkekler tercih edilmektedir (Uğuz ve Topbaş, 2016: 67). Turizm sektöründe var olan erkek egemen yapı nedeniyle, kadınlar pek çok alanda ayrımcılığa özellikle cinsiyet ayrımcılığına uğramaktalar ve bu ayrımcılık sektörde kadın istihdamını ciddi bir şekilde etkilemektedir. Kadınlar tarafından en çok tercih edilen sektör olmasına rağmen sektörde üst düzeyde görev alan kadın sayısı çok azdır. Sektörde yer alan kadınlar açısından kadrolarda yer almak, maaş tatmini ve bunun gibi konularda bazı olumlu gelişmeler olsada, bazı çevreler tarafından hala cinsiyetçi yaklaşım sürdürülmektedir (İstabullu-Dinçer ve diğerleri, 2016: 383).

Yeni işletmelerin potansiyel yaratıcıları olarak kadın girişimciler, ekonomik büyümenin dokunulmamış bir kaynağı olarak kabul edilmekteler ve hem ekonomik hem de toplumsal alanda ciddi değişim ve dönüşümlere neden olmaktadır.

Turizm sektöründe ki kadın girişimci sayısının artması beraberinde toplumun kadına bakış açısında değişimleri, kadınların ekonomik olarak güçlenmelerini ve geleneksel aile yapısı üzerinde olumlu değişimleri getirmiştir (Tüzünkan, 2019: 79). Türkiye'de kadın girişimciler en çok konaklama işletmeleri, restoran-kafe işletmelerini, el sanatları ve hediyelik eşya, sağlık turizmi, ekoturizm ve doğa turizmi gibi alanları tercih etmektedirler. Ayrıca kadın girişimciler sektöre yaptıkları yatırımlarla sektöre yenilik ve çeşitlilik getirmekte, istihdam yaratmakta, bölgesel kalkınmada katkı sağlamaktadırlar. Özellikle son yıllarda kırsal kesimde turizm sektörüne ilgi gösteren kadın girişimci sayısında artış gözlemlenmiştir. Pansiyonculuk, yerel, bölgesel el sanatlarının yapımı, yöresel yemekler, kahvaltı salonları, her türlü tarımsal üretim ve satışı gibi girişimcilik faaliyetlerine yönelen kadınlar, hem o bölge insanının hem de özellikle kadınların el emeklerini, iş güçlerini değerlendirerek kadınların sosyoekonomik olarak güçlenmesine hem de bölgesel ve toplumsal kalkınmaya destek vermektedirler (Boyacıoğlu, 2014: 84). Özellikle kırsal alanda yaşam koşullarının şehirlere ve gelişmiş bölgelere göre güçlüğü ve imkânsızlıklar nedeni ile turizm sektörü buralarda yeni bir istihdam kapısı

oluştururken aynı zamanda paydaşlara duyulan ihtiyaçlardan dolayı bölge halkına yeni iş imkanları da yaratmaktadır. Bunun yanı sıra, zihinsel ve düşünömsel bir değışimde yaratmaktadır. Ataerkil yapı nedeniyle sahip olunan kadına bakış açısı da değışime uğrayarak, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması yönünde de katkı sağlamaktadırlar.

Kadın girişimcilerin en çok faaliyette bulunduğı turizm sektörü ile kadın toplumun her katmanına ulaşabilmekte ve iletişim kurabilmektedir. Hizmet sektörünün en büyük ayrıcalığı çeşitli kültürel yapıda ki insanlarla iç içe geçmiş bir ekosisteme sahip olmasıdır. Turizm paydaşlarını da bu etkileşimin içine dâhil ettiğimizde ulaşılan kitle önemlidir. Bu nedenle toplumsal değışimde önemli bir rol üstlenen kadın girişimcilerin bu sektörde ki varlığı önemlidir. Özellikle kırsal turizmin de son yıllarda revaçta olması ve o bölgelere yapılan yatırımlarında hem ekonomik hem toplumsal çıktıları göz önünde bulundurulduğunda kadın girişimcilerin o bölgelerde yapacağı değışimler çok daha etkili ve büyük olacaktır. Ünlü Fransız sosyolog Bourdieu "düşünömsel değışim" teorisi ile zihinsel bir değışimden bahsetmektedir. Düşünömsel değışim, bireylerin hiç sorgulamadan kabul edip içselleştirdikleri, günlük yaşamları içine dahil ettikleri tüm düşünce ve davranışların yine bireyler tarafından üretildiğinin ve değıştirilebileceğinin farkına varmaları ve sorgulamaları sonucunda yaşanan değışimdir ve tamamen zihinsel bir dönüşümdür (Erol ve Eskici, 2021: 743). Ne habitus ne de coğrafya kader olarak kabul edilmemelidir. Zihinsel dönüşümü başlatabildikleri takdirde farkındalığı artan toplumların herşeyi değıştirmeye gücü olabilecektir. Bu noktada kadın girişimciler rol model olarak, yaptıkları eylemler ile zihinsel dönüşüm ajanı rolünü üstlenmektedirler.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE FARK YARATAN KADIN GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. YÖNTEM

3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Problemi

Kadın girişimcilerin “değişim ajanı” olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kültürel normlar üzerinde nasıl bir etki yarattığı sorusu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, ülkelerin özellikle ekonomik kalkınmasında çok önemli yere sahip olan ancak girişimcilik ekosisteminde mevcut erkek egemen söylem ve ataerkil yapı nedeniyle kendilerinden beklenen ve istenen istihdamı sağlayamayan kadın girişimcilerin güçlendirme yaklaşımı bakış açısıyla ekonomik çıktıların yanı sıra toplumsal ve kültürel normlar üzerinde yarattıkları değişimdeki önemli rollerini ortaya koymaktır. Ayrıca ataerkil yapı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin girişimcilik eğilimindeki gözlenen cinsiyet farklılıklarıyla sistematik ilişkisini ortaya koyarak, doğru bir şekilde anlayarak şu ana kadar başarısızlığa mahkûm olan destek programlarının ve değerli ve kıt kaynakların daha işlevsel ve verimli kullanımına yönelik öneriler sunmak amaçlanmıştır. Kadın girişimciliğinin kalkınma için önemi, nedenlerini ve motivasyonlarını anlamayı önemli hale getirmektedir. Özellikle de dünya çapında girişimciliğe katılan kadınların yüzdesi erkeklerden bu denli önemli ölçüde düşük seviyede olduğundan bu dahada önem kazanmaktadır (Georgellis ve Wall, 2005; Kim, 2007).

De Vita ve diğerleri (2014) tarafından yapılan araştırmada, gelişmiş ülkelerde kadın girişimciliği konulu 70 makale incelenmiş ve ağırlıklı olarak nicel araştırma yöntemi tercih edildiği, sosyolojik açıdan yaklaşılmadığı ve feminist teorinin kullanılmadığı belirlenmiştir. Yadav ve Unni'nin (2016) 1986-2016 yıllarını ele aldıkları çalışmada; feminist teorilerin kullanılması gerekliliğine dikkat çekilerek, kadın ve erkeğe farklı yaklaşımla heterojenliğin sağlanabileceği ve teorilere yeni bir bakış getirilebileceği sonucuna varılmıştır. Bu nedenle tezin kavramsal çerçevesi feminist teorilere ve Bourdieu sosyolojisinin sermaye ve düşünümsel değişim kavramlarına dayandırılarak hazırlanmıştır. Bir değişim ajanı olarak çalışan fark yaratan girişimci kadınların habitusu nasıl değiştirdikleri ve feminist teorilerin18.

yüzyıldan beri mücadele ettiği ataerkil sistem ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı verdikleri mücadele kadınların tecrübelerinden yola çıkarak incelenmiştir.

3.1.2. Araştırmanın Deseni

Çalışmada, Türkiye'de turizm sektöründe “ fark yaratan” kadın girişimcilerin, kadının dezavantajlı olduğu girişimcilik ekosistemini tercih etmelerinin nedenleri, süreç boyu karşılaştıkları engeller, bu engeller ile mücadeleleri ve tepkileri, sahip oldukları sermaye çeşitleri, bu sermayeleri değerlendirme biçimleri ve süreç sonunda yarattıkları toplumsal ve kültürel değişimler ile ekonomik kalkınmaya katkıları nitel bir araştırma ile incelenmiştir.

Nitel araştırmalar, bireylerin olaylara yaklaşımları, içinde bulundukları ortamı algılama şekilleri, sosyal normları, rollerini, olayları içselleştirmelerini ve olayların yaşamlarını şekillendirme biçimlerini anlamamızı sağlamaktadır (Berg ve Lune, 2016: 13; Yalçın, 2022: 213). Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve döküman analizi gibi veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, olguların ve algıların en doğal haliyle bütüncül ve gerçekçil biçimde araştırılıp ortaya konma sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 39). Nitel yöntemler, teorileri test etmekten ziyade geliştirmeye yardımcı olmaktadır. Bu araştırmanın hedeflerinden biri de girişimci kadınların girişimciliğine bakarak onların kendine özgü özelliklerini keşfetmektir.

Araştırma deseni olarak fenomenoloji kullanılmıştır. Bu yöntem ile belirli bir olgunun, olguyu bizzat tecrübe etmiş birey ve topluluklar tarafından nasıl algılandığını, nasıl deneyimlendiğini ve tecrübe edildiği araştırılarak olgunun yapısı ortaya çıkarılmaya çalışılır. (Yalçın, 2022: 218; Patton, 2014: 104). Olguyu bizzat tecrübe etmiş bireylerin ne tecrübe ettikleri ve dünyayı nasıl yorumladıkları fenomenolojik araştırmanın odağıdır (Patton, 2014: 106). Fenomenoloji sadece bir betimleme değil aynı zamanda araştırmacının yaşanmış deneyimlerin anlamına ilişkin bir nevi arbuluculuk görevi yaparak yorum yaptığı yorumsal bir süreçtir (Creswell, 2016: 80).

3.1.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini oluşturan kadın girişimciler, Türkiye'de turizm sektöründe yer alan, girişimcilik faaliyetini gerçekleştirdikleri farklı bölgelerde/şehirlerde bir ilki başlatan, bölgede ekonomik bir gelişim ve toplumsal bir

dönüşüm yaratan ve rol model olan, yarattıkları farklar nedeniyle çeşitli kurum ve kuruluşlarca ödüller alan “fark yaratan” kadın girişimcilerdir.

Creswell (2016), araştırmanın örneklemini belirlenirken, araştırmanın fenomenini tamamiyle tecrübe eden 3-4 veya 10-15 kişi yapılmasını önerirken, Yıldırım ve Şimşek (2016), nitel çalışma derinlemesine mülakat gerektirdiğinden dolayı bazen tek görüşmenin yeterli olamayacağını ve tekrar görüşme ihtiyacı doğabileceğinden 10 kişiyi geçmemesi gerektiğinin ifade etmektedir.

Araştırmada örneklem yöntemi olarak amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Kadın nüfusunun iş yaşamında gerektiği gibi rol alması ve katılımlarını arttırmak adına kadın girişimciliğine yönelik farklı yöntemler denenmiş, kamu desteğiyle beraber gönüllü sivil toplum kuruluşları ve dernek ve birlikler de kadınları desteklemeye ve özendirici olmasına yönelik çalışmalar yapmaya başlamışlardır (Erkol, Bayram, 2018: 57). Çalışmanın örnekleminde yer alan kadın girişimciler çeşitli devlet kurumları ve özel sektörün kadınları teşvik etmek ve belirlenen kriterlerde farklı sektörlerde başarılı girişimci kadınları ödüllendirmek amacıyla düzenledikleri ödülleri kazanan turizm sektöründe yer alan fark yaratan kadınlardır. Türkiye'nin farklı bölgelerinde, birbirinden farklı hayat hikâyelerine ve demografik özelliklere sahip katılımcı kadın girişimciler doğup büyüdüğü ya da göç ederek yaşamlarını sürdürdükleri bölgelerde girişimcilik yapmaktadırlar. Çalışmada yer alan fark yaratan kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri bölgeler, faaliyetleri ve aldıkları ödüller hakkında bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Katılımcı K1 (Kars); Kars'ın ilk kadın girişimcisi ve ilk kadın restoran sahibi. Garanti Bankası 2015 yılı “Türkiye'nin Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimcisi” ödülünün sahibi.

Katılımcı K2 (Gölpazarı, Kurşunlu köyü/Bilecik); Türkiye'nin ilk ekoturizm köyünün kurucusu. Sabancı Vakfı Onuncu Sezon “Fark Yaratan Kadın” ödülünün sahibi ve 2018 yılı YVES ROCHER VAKFI- Institutde France “Toprağın Kadınları” Türkiye birincisi

Katılımcı K3 (Boğatepe Köyü/Kars); Kars, Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği başkanı. Başkanlığını yaptığı dernek ile birlikte Türkiye'nin ilk peynir müzesinin kurucusu. 2018 Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı “Yılın Girişimcisi” ödülünün sahibi.

Katılımcı K4 (Daday/Kastamonu); Turistik işletme sahibi. Daday ve çevresinin doğa turizmine açtı. Garanti Bankası 2014 yılı “Türkiye'nin Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimcisi” ödülünün sahibi.

Katılımcı K5 (Germiyan Köyü/Çeşme/İzmir); Köyünün turizme açılmasına öncülük etti. Yaptığı duvar resimleri ile dünyada ve Türkiye'de büyük ilgi çekti. Hayal Gücü derneğinin “İnatçı Hayal Gücü” ödülünün sahibi.

Katılımcı K6. (Kandıra/Kocaeli); 2016 yılı “Türkiye'nin Kadın Sosyal Girişimcisi” ödülünün ve “Hayal Gücü Saygı” ödülü sahibi. 2007'de organik tarım çiftliği ve yaşam merkezi kurdu. Ekolojik olarak sürdürülebilir, minimum karbon ayak izine sahip bir oteli ve 1200'ün üzerinde tohum bankası olan merkezde hayvancılık ve tarım yapılmakta.

Katılımcı K7 (Caferli Köyü/Kuşadası); Caferli köyünün tarihi, kültürel, doğal çevre yapısını koruma altına alarak köyü turizm ile tanıştırdı. Caferli güzelleştirme ve Dayanışma derneğini kurarak, doğa ve çevreyi koruma amaçlı mücadelelere başladı.

3.1.4. Veri Toplama Süreci ve Analiz

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu hazırlanırken araştırmanın konusu dahilinde literatür taraması yapılarak ilgili konular araştırılmış sorular araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Mülakatta kullanılan sorular, literatürde yer alan toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kadın girişimciliği (Topateş ve diğerleri, 2022; Halaç ve Meşe, 2021; Gül ve Altındal, 2016), kültürel ve sosyal normların kadın girişimciliği üzerindeki etkisi (Işık, 2024; İlhan ve Oruçlu, 2023), feminist teori ve kadın girişimciliği (Deveciyan, 2023; Baysal, 2020), Bourdieu sosyolojisi ve kadın girişimciliği (Kaplan ve Yardımcıoğlu, 2020; Ayyıldız, 2022) konularında yapılmış çalışmalar incelenerek hazırlanmıştır. İki akademik uzman ile görüşerek sorular üzerine tartışılmış, uzmanlar ve araştırmacının görüş birliğine varması ile yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırmada yer alan soruların Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 21.02.2023 tarihli toplantısında alınan 1 sayılı karar ile uygunluğuna onay verilmiştir.

Görüşme formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik bilgilerine ve kişilik özelliklerine yönelik sorular sorulurken, ikinci bölümde turizm sektörüne ve girişimciliğe yönelten nedenleri belirlemeye yönelik sorular hazırlanmıştır. Üçüncü ve dördüncü bölümlerde ise kadın olmanın avantaj ve dezavantajları, girişimci kadınların süreç boyu karşılaştıkları toplumsal tepkiler ve kadınların tepkiler ile mücadele şekillerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Son bölümde aldığı destekler, sahip oldukları sermayeleri ve toplumsal ve ekonomik katkılarını ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır.

Yörelerinde yarattıkları fark ve değerler nedeniyle devlet ve özel kurumlar tarafından ödülendirilen turizm sektöründe faaliyet gösteren fark yaratan kadın girişimciler belirlendikten sonra, basın ve yayında haklarında çıkan haberler, röportajlar incelenmiş ve kendileri ile sosyal medya üzerinden iletişime geçilmiştir. Turizm sektöründe belirlenen kriterlere sahip çok sayıda kadın girişimci olmamasından dolayı hazırlanan listedeki tüm kadın girişimciler ile iletişime geçilmiş ancak hepsinden olumlu cevap alınamamıştır. Olumlu yanıt veren kadın girişimciler ile belirlenen gün ve saatlerde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Uygun olan kadın

girişimciler ile görüşmeler bulundukları il/il e/köy de ziyaret edilerek gerçekleştirilmiştir. Üç katılımcı ile yoğunlukları ve sağlık sorunları nedeni ile birebir görüşme gerçekleştirilememiş, müsait oldukları zaman diliminde online olarak mülakat yapılmıştır. Online görüşme yapılan katılımcılardan biri ile daha sonra belirlenen uygun bir zamanda ziyaret edilerek karşılıklı görüşme yapılmış ve gözlem yapma fırsatı bulunmuştur. Online görüşme yapılan diğer bir katılımcının bulunduğu şehir ziyaret edilerek aile fertleri ve bölge insanı ziyaret edilerek gözlemlerde bulunulmuştur.

Tablo 3: Katılımcılar ve Görüşme Yapılan Tarihler

Katılımcı	Tarih	Toplam Görüşme S�resi
K1	08.02.2024- 10.02.2024	13,5 saat
K2	23.02.2024- 25.02.2024	9 saat
K3	28.02.2024	6,5 saat
K4	13.03.2024	5,5 saat
K5	15.03.2024	4,5 saat
K6	05.04.2024	3 saat
	02.06.2024	2 saat
K7	07.04.2024	3 saat

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılara etik kurallar gereği tez ve araştırma ile ilgili bilgiler verilmiş, içeriği anlatılmıştır. Yüz yüze yapılan görüşmelerde katılımcıların görüşme başlamadan katılımcı gönüllü onam formlarını imzalamışlardır. Çevrimiçi görüşme yapılan katılımcılardan ise sözlü onaya alınmıştır. İlerleyen günlerde kendileride internet ortamında formları doldurarak göndermişlerdir. Katılımcıların izni ve bilgisi d hilinde bilgi kaybı yaşamamak adına görüşmelerin ses kayıtları alınmıştır. En uzun görüşmeler, iki katılımcının yoğunluğu nedeni ile 3'er günde tamamlanmıştır. Diğer katılımcılar ile 3 ile 6 saat arasında süren görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılara en az iki günlük ziyaretler gerçekleştirilmiş ve bölgeyi tanıma, bölge insanı ile sohbet etme ve gözlem yapma fırsatı bulunmuştur.

Ortalama 4 saat süren ses kayıtları önce titizlikle dinlenmiş daha sonra deşifreleri yapılmıştır. Deşifreler bir kaç defa okunmuş, kodlama yapmak amacı ile

önemli ifadeler tespit edilmiştir. Temalar ve alt temalar uzman görüşüne sunulmuştur. Belirlenen temalar ve alt temalar üzerine uzmanlar ile görüş birliği sağlanması sonucu MaxQda Analytic Pro 2022 programına aktararak analiz edilmiştir.

Soruların eksikliklerini kontrol etmek amacıyla iki kadın girişimci ile pilot görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerin sonucunda eksiklik bulunmaması nedeniyle bu görüşmelerden analize devam edilmiştir. Görüşmeler 2024 Şubat ve Nisan ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden dördü yüzyüze, üçü çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelere başlarken konu ile ilgili katılımcılara detaylı bilgiler verilmiş, varsa sorularını cevaplanmıştır. Nitel araştırmalarda araştırmacı, nicel araştırmaların aksine araştırmada katılımcı gözlemci olarak aktif rol oynar. Araştırmacının tarafsızlığı önemlidir. Bu nedenle araştırma boyunca ses kayıtlarının yanı sıra, araştırma günlüğü ve saha notları tutularak tüm katılımcılar ile yaşanan deneyimler, gözlemler ve süreç, açık ve detaylı bir şekilde kayıt altına alınmıştır. Saha çalışmasının notları ve araştırma günlüğü tutmak araştırmacıya farklı bir bakış açısı kazandırdığı gibi ek bilgi sağlayarak araştırmacının çalışması hakkında daha düşünsel olmasına olanak sağlar (Dinçer, 2019: 3732). Araştırmanın amacı, araştırmanın konusu olan diğerini bilmeye, anlamaya dayandığından, bunun ne kadar iyi yapılabildiği iyi bir araştırma üretmek için hayati önem taşır. Diğerini bilmek yalnızca ilgi çekici bir metin üretmek için değil, aynı zamanda diğerinin/diğerlerinin "özünü yakalama" ve "onların kendi adlarına konuşmalarına izin verme" (Trinh, 1991: 57) onların deneyimlerini anlama ve etik değerler ile tarafsız bir şekilde yansıtmada konusunda ne kadar iyi olduğu da araştırmanın geçerliliği ve kalitesinin bir ölçüsü haline gelmektedir. Ayrıca süreç boyu katılımcılar ile ilgili yazılı ve görsel basında yer alan yayınlanan yazılar, röportajlar toplanarak incelenmiş ve saha ziyaretleri sırasında gözlem yapılarak bölge insanları ile de görüşmeler yapılmıştır. Buralardan elde edilen veriler ile görüşme verileri karşılaştırılarak çalışmanın geçerlik ve güvenilirliği sağlanmıştır.

Çalışmanın evrenini oluşturan turizm sektöründe yöresinde fark yaratan kadın girişimciler belirlenirken bu özelliklerde az sayıda kadın girişimci olduğu görülmüştür. Bu da çalışmaya kısıtlılık getirmiştir. Çalışmada yer alması planlanan kadın girişimcilerden biri çalışmayı katılmayı reddetmiş diğer ikisine ise geri dönüş yapmadıklarından dolayı toplam yedi kadın girişimci ile görüşme yapılabilmektedir.

İlerleyen zamanlarda kadın girişimcilerin sayısının artmasıyla çalışmanın daha büyük örnekleme de tekrar edilebileceği düşünülmektedir.

3.2. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmada yer alan kadın girişimciler 52-70 yaş aralığında olup genel olarak birbirlerine yakın yaş grubunda katılımcılardır. Katılımcıların tümü okuryazar olup, biri ilkokul, biri ticaret lisesi, biri ortaokul mezunu ve dört tanesi de üniversite mezunudur. Medeni durumlarına göre ise, 5 katılımcı evli, 2 katılımcı bekârdır. Katılımcıların anne ve babalarının eğitim durumunda ise farklılıklar gözlemlenmiştir. Katılımcıların kardeşlerinin ise en az lise mezunu oldukları görülmektedir. Katılımcılardan K1 ve K5 turizm sektöründe girişimci olmadan önce farklı sektörlerde girişimcilik deneyimine sahip olduklarını ifade etmişlerdir. K1 daha önce tuhafiye malzemeleri ve örgü tekstilinde, K5 ise eğitim sektöründe faaliyet göstermiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Yaş ve Eğitim Durumu ile Aile Bireylerinin Eğitim Durumu

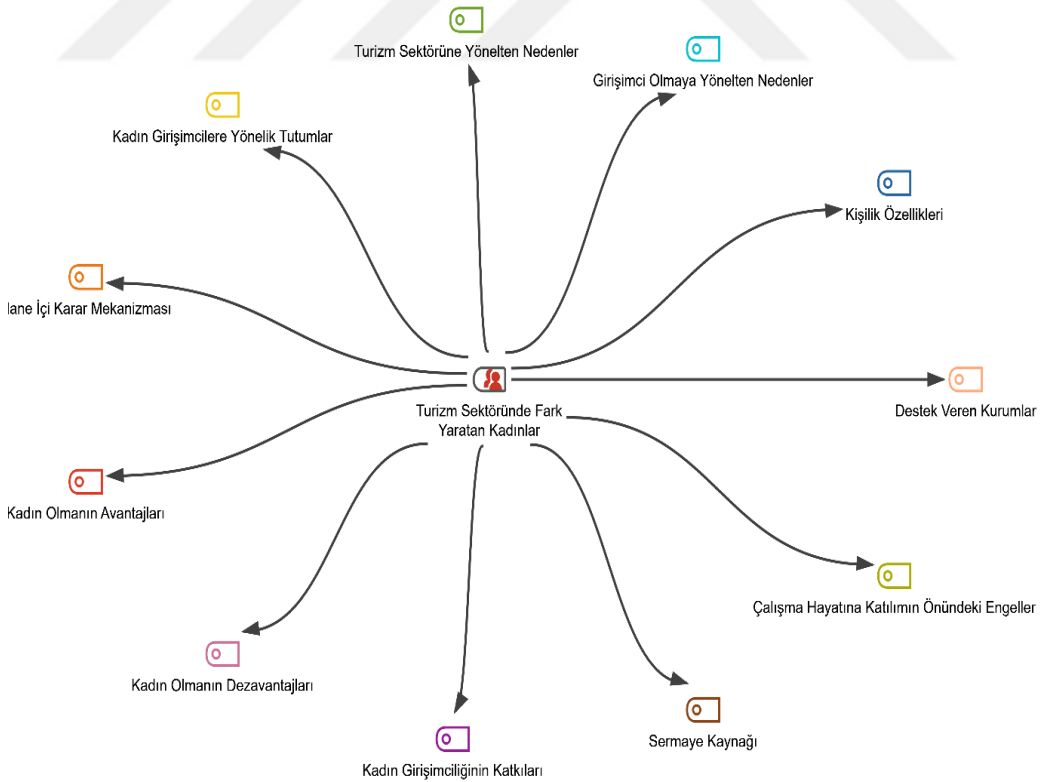
Katılımcı	Yaş	Medeni Durumu	Eğitim Durumu	Anne Eğitim Durumu	Baba Eğitim Durumu	Ailede Eğitim Alan Kişi Sayısı
(K1)						
N. Ö.	66	Evli	Ticaret Lisesi Mezunu	Eğitimi Yok	Okur yazar	6 kardeş. Lise ve ortaokul mezunu
(K2)						
B. B.E.	63	Evli	Ortaokul mezunu, dışarıdan lise bitirme sınavlarına katılıyor.	Eğitimi yok	Eğitimi yok	5 kardeş lise mezunu
(K3)						
Z. Ö.	52	Evli	İlkokul mezunu	İlkokul mezunu	Öğretmen	
(K4)						
İ. S. A.	69	Evli	Üniversite mezunu	Üniversite Mezunu	Üniversite mezunu	3 kardeş üniversite mezunu
(K5)						
N. K.	70	Evli	Öğretmen okulu mezunu	Okur yazar	İlkokul mezunu	6 kardeş hepsi üniversite mezunu
(K6)						

N. E.	61	Bekar	Yüksek okul mezunu	İlkokul mezunu	İlkokul mezunu	4 kardeş, ikisi ortaokul, ikisi lise mezunu
(K7)						
N. D. K.	64	Bekar	Üniversite mezunu	Üniversite mezunu	Üniversite mezunu	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Turizm sektöründe fark yaratan kadınlar; kişilik özellikleri, “girişimci olmaya yönelten nedenler”, “turizm sektörüne yönelten nedenler”, “kadın girişimcilere yönelik tutumlar”, “hane içi karar mekanizması”, “kadın olmanın avantajları”, “kadın olmanın dezavantajları”, “kadın girişimciliğinin katkıları”, “sermaye kaynağı”, “çalışma hayatına katılımın önündeki engeller” ve “destek veren kurumlar” olmak üzere 11 tema oluşturularak incelenmiştir. Turizm sektöründe fark yaratan kadınlara yönelik kod teori modeli Şekil 2’de gösterilmektedir.

Şekil 2: Turizm Sektöründe Fark Yaratan Kadınlara Yönelik Kod Teori Modeli



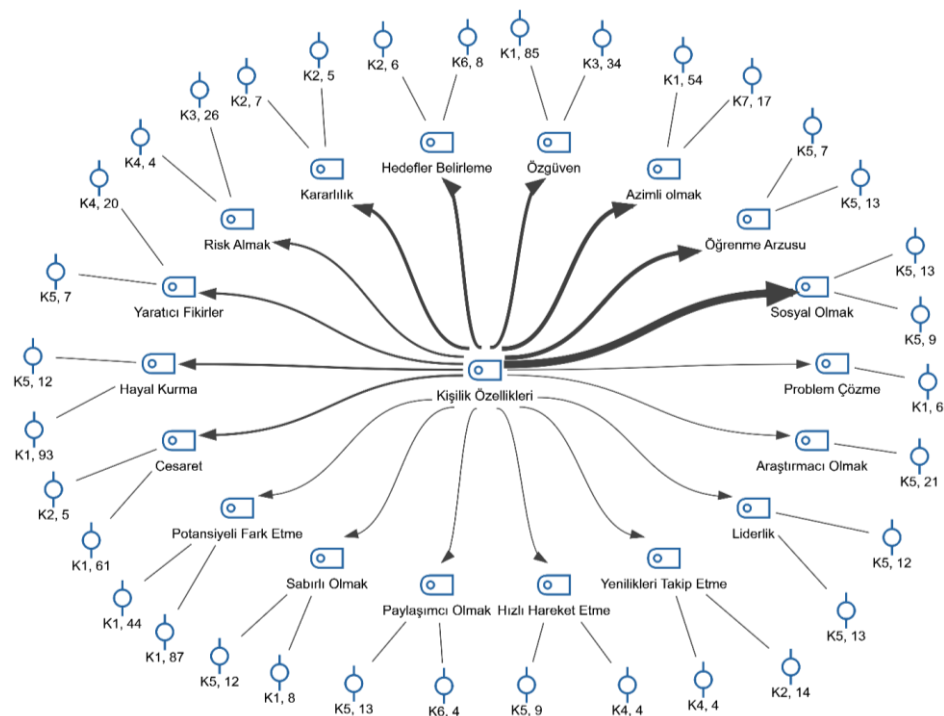
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.2.1. Kişilik Özellikleri Teması

Girişimciliğin geliştirilebilmesi ve uygun girişimcilik ekosisteminin sağlanabilmesi için oluşturulan politikaların belirlenmesinde en önemli noktalardan biri *hedeflenen girişimcilerin* kişilik özelliklerinin belirlenmesidir. Bu nedenle literatürde pek çok farklı çalışmalar yer almaktadır. Bu konuda ki en büyük kısıt araştırmaların evrenini genellikle üniversite öğrencilerinin oluşturulmasıdır. Bu tema altında; araştırma örneklemi kapsamında yer alan ve hali hazırda turizm sektöründe faaliyet gösteren fark yaratmış kadın girişimcilerin baskın olan kişilik özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilmektedir.

Kişilik özellikleri teması “Problem Çözme”, “Cesaret”, “Azimli olmak”, “Kararlılık”, “Araştırmacı Olmak”, “Paylaşımçı Olmak”, “Hayal Kurma”, “Sabırlı Olmak”, “Liderlik”, “Potansiyeli Fark Etme”, “Özgüven”, “Sosyal Olmak”, “Yaratıcı Fikirler”, “Öğrenme Arzusu”, “Yenilikleri Takip Etme”, “Hızlı Hareket Etme”, “Hedefler Belirleme”, “Risk Almak” olmak üzere 18 alt tema oluşturularak incelenmiştir. Kişilik özellikleri temasına ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli Şekil 3’de gösterilmektedir.

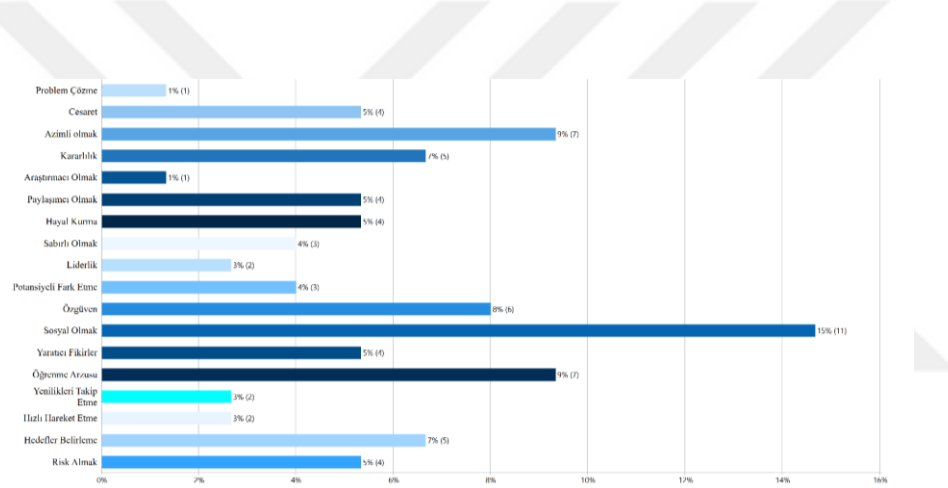
Şekil 3: Kişilik Özellikleri Temsine Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar “Problem Çözme” alt temasına 1 defa, “Cesaret” alt temasına 4 defa, “Azimli olmak” alt temasına 7 defa, “Kararlılık” alt temasına 5 defa, “Araştırmacı Olmak” alt temasına 1 defa, “Paylaşımçı Olmak” alt temasına 4 defa, “Hayal Kurma” alt temasına 4 defa, “Sabırlı Olmak” alt temasına 3 defa, “Liderlik” alt temasına 2 defa, “Potansiyeli Fark Etme” alt temasına 3 defa, “Özgüven” alt temasına 6 defa, “Sosyal Olmak” alt temasına 11 defa, “Yaratıcı Fikirler” alt temasına 4 defa, “Öğrenme Arzusu” alt temasına 7 defa, “Yenilikleri Takip Etme” alt temasına 2 defa, “Hızlı Hareket Etme” alt temasına 2 defa, “Hedefler Belirleme” alt temasına 5 defa, “Risk Almak” alt temasına 4 defa vurgu yapılmıştır. Kişilik özellikleri temasına ait frekanslar Şekil 4’ de gösterilmektedir.

Şekil 4: Kişilik Özellikleri Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar kişilik özellikleri temasına ait alt kodlara farklı yoğunluklarda vurgu yapılmıştır. Katılımcıların kişilik özellikleri temasına yönelik kod matrisi Şekil 5’deki gibidir.

Şekil 5: Kişilik Özellikleri Temasına Yönelik Kod Matriksi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
✓ Kişilik Özellikleri								0
Problem Çözme								1
Cesaret								4
Azimli olmak								7
Kararlılık								5
Araştırmacı Olmak								1
Paylaşımçı Olmak								4
Hayal Kurma								4
Sabırlı Olmak								3
Liderlik								2
Potansiyeli Fark Etme								3
Özgüven								6
Sosyal Olmak								11
Yaratıcı Fikirler								4
Öğrenme Arzusu								7
Yenilikleri Takip Etme								2
Hızlı Hareket Etme								2
Hedefler Belirleme								5
Risk Almak								4
Σ TOPLAM	10	14	11	13	18	6	3	75

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kişilik özelliklerini belirlemek amacıyla kendilerine yöneltilen "kendilerini nasıl tanımladıklarına" ve "çevreleri tarafından nasıl tanındıklarına" dair sorulara verdikleri cevaplar doğrultusunda oluşturulan alt temalar ve katılımcı ifadeleri aşağıda yer almaktadır.

Problem çözme yeteneği, girişimcilerin işlerini sürdürebilme ve başarı elde etme süreçlerinde kritik bir rol oynar. Problem çözme, problem kavramına bağlı olarak ne yapılacağını bilinmediği durumlarda yapılacak olanı bilmek olarak tanımlanabilir (Tokat ve diğerleri, 2007:5). "**Problem Çözme**" alt temasına sadece katılımcılardan K1 değirmiştir. Katılımcının ifadesi şu şekildedir:

"Problem değil de problem çözme yeteneğim var. Bazı insan hep problem yaratır, benim problem çözme yeteneğim var. " (K1)

Problem çözme yeteneği ve girişimcilik arasındaki ilişki, girişimcilik literatüründe sıkça vurgulanan konulardan biridir. Girişimciler, karşılaştıkları çeşitli sorunları çözme becerileri sayesinde fırsatlar yaratır ve yenilikçi çözümler geliştirirler. Problem çözme yeteneği ve özellikle bireyler arası ilişkilerde problem çözme yeteneği duygusal zeka ve girişimcilik üzerine yapılan çalışmalarda kişilik özellikleri ile ilişkilendirilmektedir (Yelkikalan, 2007: 46). Geleneksel rolleri nedeniyle problem çözmede daha yetenekli olmaları kadınlara girişimcilikte avantaj sağlamaktadır (Ufuk ve Özgün, 2001:299).

"**Cesaret**" alt temasına yönelik katılımcıların bazılarının ifadeleri şu şekildedir:

"Cesaret." (K1)

"Bana göre girişimcilik, deli olmak lazım. En başı cesaret. Ben hiç bir şeyden korkmam. Cesur ve yolu olmayan yerden kim yürür, deliler yürür... Akıllı insan normal yoldan yürür. Biraz deli olmam lazım, biraz cesur olmak lazım. " (K2)

"Deli doluyum, her şeyi takmam ama aynı zamanda takarım, kimsenin hakkını yemem, kimseye de hakkımı yedirmem, deli tarafım var, kolayına korkmam." (K6)

Bireyin girişimciliğe başlarken aldığı kararlar iki şekilde sonuçlanır; ya başarılı olur ya da kaybeder. Girişimciyi diğer bireylerden ayıran en önemli özelliklerden biri cesarettir (Mert, 2021). Ufuk ve Özgün (2001) kadın girişimcilerin profillerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada; cesaret ve özgüven, iletişim yeteneği, sabır ve alçakgönüllülük gibi özelliklerin kadın girişimcilerin en önemli bireysel özellikleri olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Konfor alanından çıkarak, riski üstlenen, hayallerinin peşinden koşan ve yeni şeyler

yaratmayı göze alan bireyi diğerlerinden ayıran en büyük özelliği cesarettir. Bedük ve diğerleri (2016) yaptıkları çalışmada, kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre gaha cesaretli olduklarını belirtmişlerdir.

"**Azimli**" olmak alt temasına ait bazı katılımcıların ifadeleri aşağıda yer almaktadır.

"Azimim var." (K1)

"Köylü ile iş yapmak çok zor. Çok zorlandım. Hiç geri atmadım....Bu köyde ben olmasaydım hocam şu anda bu köyde turizm yapılıyor değil,sohbeti bile olmazdı. Bu kadar net söyleyebilirim. Tek başıma çabaladım, buralara geldim."
(K2)

"Azimliyim. Asla vazgeçmem. Yoruluyorum yine o işi bitiriyorum." (K3)

"İnatçıyım. Haklıysam sonuna kadar. Başladığım işi bitiririm." (K6)

"Mücadeleci, azimli, çalışkan bir insanım...Mücadeleci, azimli derler."(K7)

Bandura çalışmasında (aktaran Markman ve Baron, 2003: 290), yapılan araştırmaların, zorlu koşullar altında, azim düzeyi yüksek bireylerin daha ustaca performans sergilediğini, buna karşılık sebat etmekte başarısız olan bireylerin yalnızca yetersiz performans göstermekle kalmayıp aynı zamanda artan kaygı ve olumsuz duygulanım yaşadıklarını gösterdiklerini belirtmektedir. Azim, girişimcilerin uzun vadeli hedeflere ulaşma konusunda kararlı olmalarını sağladığı için yenilikçi çözümler üretmelerine de katkıda bulunmaktadır. Girişimciler, azimleri sayesinde, başarısızlık karşısında pes etmek yerine, yenilik yapmaya ve iyileştirmeler gerçekleştirmeye devam etmektedirler (Rauch ve Frese, 2007: 365). Baum ve Locke ise çalışmalarında, girişimcilerin azim göstermelerinin, uzun vadeli hedeflere ulaşmada kritik bir rol oynadığını ve bu özelliğin girişimcilik başarısını olumlu yönde etkilediğini vurgulamaktadırlar (Baum ve Locke, 2004: 590).

Kişilik özelliklerinden "**Kararlılık**" alt temasına vurgu yapan üç katılımcının ifadeleri şu şekildedir:

"Cesur, kararlılar yürür...Hiç geri atmam." (K2)

"Bir işe başladığımda kararlı birisiyim... Kararlı birisiyim. Yani gecedan kararımı verip, sabahta o işi bitirene kadar yapan birisiyim. Yani kararımdan vazgeçmeyen bir insanım." (K3)

"Kafama koyduğum işi yaparım." (K6)

Bilge ve Bal'ın 2011 yılında Celal Bayar Üniversitesi Lisans ve Lisans Üstü öğrencilerinin girişimcilik konusunda ilgi seviyelerini ve yeterlilikleri belirlemeye yönelik yaptıkları araştırma sonucunda, altı boyutta incelenen girişimcilik eğilimleri içerisinde en yüksek ortalamaya sahip özelliklerden biri kararlılık, diğerleri de risk alma, dış etkenlere karşı bireysel güç, fırsatları değerlendirme ve gelecek odaklılık olarak belirlenmiştir (Bilge ve Bal, 2012: 445). Öte yandan Tanrıverdi ve diğerlerinin yaptığı çalışmaya göre ise, girişimcide kararlılık düzeyinde ki artışın, eğitimle özgüven kazanma ve işe yönelme fikrine yol açtığı ve girişimcilik ile kararlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu öne sürülmüştür (Tanrıverdi ve diğerleri, 2016: 24).

Sadece bir katılımcı **"Araştırmacı Olmak"** alt temasına vurgu yapmıştır.

"Ekosistem ile ilgili her şeyi ben araştırdım. Önlerine koydum". (K5)

Özellikle yeni bir işe başlarken hem doğru bilgilere ulaşmak hem de rekabet avantajı sağlayabilmek adına başlamadan önce sektör, pazar ve iş süreçleri ile işin mevcut durumunun kapsamlı bir şekilde araştırılması gerekmektedir. Hindistan'da yapılan bir çalışmada Singh ve Krishna (1994), bilgi arama arzusunun girişimcilerin temel bir özelliği olduğunu bulgulamışlardır. Yeni bir girişim başlatmak ve sürdürülebilir büyüme elde etmek için iş bilgilerinin hazırda bulunması çok önem taşımaktadır (Kristiansen ve Indarti, 2004: 70).

Katılımcıların **"Paylaşımçı Olmak"** alt temasına ait ifadeleri şu şekildedir:

"Paylaşımçıyım... Orada da bahçem vardır. Komşular zehir atmasınlar diye onlarla da çalıştım. Komşulara da gösterdim...Ben hep derim ben emanetçiyim. Yapabildiklerimi paylaşıyorum. Ben yalnız yapmıyorum, herkesin emeği görülsün istiyorum. Emeğin üzerine yatılamaz kimseye izin vermiyorum. Yanımızdakiler başka işler kuruyorlar. Nasrettin hocanın çocuklarıyz sürekli maya tutuyoruz." (K5)

"Bildiğim şeyi anlatırım, paylaşıyorum." (K6)

Brüderl ve Preisendörfer'in (1998) makalesinde, sosyal ağ desteği ve girişimcilik başarısı arasındaki ilişkiyi tartışırken, paylaşımcılık ve işbirliği konularına da değinilmektedir. Çalışmada, girişimcilerin sosyal ağlarında paylaşımcı bir tutum benimsemelerinin, işlerini büyütme ve sürdürülebilir kılma süreçlerinde kritik bir rol oynadığını ifade etmektedirler (Brüderl ve Preisendörfer, 1998: 220). Girişimcilerin sosyal ağlarından destek almaları ve bu destek karşılığında paylaşımcı bir tutum

sergilemeleri, iş başarılarını artıran önemli faktörler olarak görülmektedir. Bu da girişimcilerin sosyal sermayelerini süreçte kullandıklarını göstermektedir.

Katılımcıların "**Hayal Kurmak**" alt temasına şu şekilde görüş belirtmişlerdir:

"Hayallerim çok yüksek."(K1)

"Ben çok hayal kurarım. Hayallerimi bazen kendime bile zikredemiyorum. Ben hayal kurduğum zaman hemen ekip kurarım. " (K2)

"Hayallerim var. Kadınlarla çok büyük bir salon kuralım köy meydanında. Topluca kahvaltı verelim hepimiz kazanalım istiyorum."(K3)

"Düşü olmayanın işi olmaz." (K5)

Schumpeter, girişimcinin yenilikçi rolünü tartışırken, hayal kurmanın bu süreçteki önemine değinmektedir. Yaratıcı yıkım teorisini açıklarken, girişimcilerin, var olan sistemlerin ötesine geçmek ve yeni pazarlar yaratmak için hayal kurma yeteneklerini nasıl kullandıklarını açıklamaktadır. Hayal kurmak, girişimcilerin yeni iş fırsatlarını görmelerini, bu fırsatları geliştirmek için yaratıcı çözümler üretmelerini ve yenilikçi fikirler geliştirmelerini sağlayan önemli bir bilişsel süreçtir (Katz ve Gartner, 1988: 432-434; Ward, 2004: 180-182; Gaglio ve Kats, 2001: 102-104). Girişimciler, hayal kurma yetenekleri sayesinde mevcut pazarların ötesine geçebilir ve yeni iş fırsatları yaratabilirler.

Katılımcıların "**Sabırlı Olmak**" alt temasında ait ifadeleri ise şu şekildedir;

"sabırlıyım."(K1)

"1,5 sene aradım kafamdaki tarifi. İçime sinen yer bulamadım. Gönlüme yatacak. Ben hissedeceğim... Tüm birikimlerimi çektim Ahmet'e yürü gidiyoruz dedim, burayı aldık. Çok zorluklar yaşadık. İşte bugünlere geldik yavaş yavaş."(K5)

Literatürde, sabrın girişimcilik sürecindeki ve uzun vadeli başarıya ulaşmada önemli rolü ve zorluklarla başa çıkma yeteneği üzerine tartışılan makaleler yer almaktadır. Sabırlı olmak girişimcilerin uzun vadeli hedeflerine odaklanmalarını sağlarken (Markman ve diğerleri, 2005: 7-9), işlerini zamanla istikrarlı biçimde büyütmelerine yardımcı olarak belirsizlikler ile başa çıkmalarına yardımcı olmaktadır (Baum ve Locke, 2004: 592-594). Sabırlı olmak, girişimcilerin karşılaştıkları zorluklar karşısında direnç göstermelerine ve uzun vadeli hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmaktadır.

Katılımcılardan sadece K5 "**Liderlik**" alt temasına vurgu yaparak düşüncesini şu şekilde ifade etmiştir:

"Hep derler sen bize yol açtın diye...Burası çok değerli bir coğrafya. Köydekilerde herkes ekip biçmeyi öğrendi." (K5)

Bireylerin liderlik becerileri göstermedikleri takdirde girişimciliği tanımlayan yenilikçilik, yaratıcılık davranışlarını sergilenmelerinin mümkün olmadığı savunulmaktadır (Demir, 2023: 446). Liderlik ve girişimcilik arasında belli bir etkileşim olduğu ve bunun rekabet gücünün sağlanmasında önemli bir rol oynadığı görülmektedir (Ruvio ve diğerleri, 2010: 148; Gupta ve diğerleri, 2004: 242). Lider konumundaki bireyler kitleleri de peşinden sürükleme özelliğine sahiptir. Bu açıdan bakıldığında araştırmaya katılan tüm kadın girişimciler "liderlik" özelliğine vurgu yapmasalarda, kadın girişimcilerin bulundukları bölgelerde yaptıkları işler ile toplumu etkiledikleri ve açtıkları yollarda rol model olarak fark yarattıkları ve peşlerinden toplulukları sürükledikleri gözlemlenmiştir.

Katılımcıların **"Potansiyeli Farketme"** Alt Temasına Ait İfadeleri şu şekildedir:

"Ben Kars 'da bir yöresel olmadığını fark ettim... Sektörde ki açığı görmem ile başladı." (K1)

"Kastamonu ile ilgili düşüncelerimde hep şöyle olmuştu. Çok verimli bir bölge, her anlamda, yani kadın gücü olarak, okuyan kendini geliştirme yeteneği yüksek ama iş alanları sınırlı. Bunlara bir yol açmak düşüncem vardı. Zaten turizm ve üretim işi de oradan kaynaklı oldu."(K4)

Potansiyeli fark etme, başarılı girişimcilerin sahip olduğu kritik bir beceridir. Bu yetenek, girişimcilerin çevrelerindeki fırsatları değerlendirmeleri ve yenilikçi iş fikirleri geliştirmeleri açısından büyük önem taşımaktadır. Potansiyeli fark ederek, fırsatı değerlendirmenin geleceği öngörmekle ilgili olduğu öne sürülmektedir (Haynie ve diğerleri, 2009: 338). Gerçekten de, "henüz var olmayan şeyleri hayal etmek, onları gerçekleştirmek ve pazar kabulü kazanmak belki de tüm girişimci davranışların en büyüleyici olanıdır" (Gaglio, 2004: 533).

Girişimci bireyin algıladığı fırsatlar doğrultusunda hareket etmesi, elbette, öz güven ve kişinin kendi bilgisine ve başarılı olma yeteneğine olan inancını gerektirmektedir. Boyd ve Vozikis (1994), bir kişinin bir görevi yerine getirme yeteneğine olan inancı olarak tanımlanan bireysel öz yeterliliğin hem girişimci niyetlerin hem de eylemlerin gelişimini etkilediğini göstermiştir. Katılımcıların **"Özgüven"** alt temasına ait ifadeleri aşağıda belirtildiği şekildedir:

"Gurur duyuyorum." (K1)

"Binot Kumarın köydeki eğitimi başlayınca ben bunu biliyorum, ben bu tıbbi bitkiyi biliyorum. Böylece özgüvenim olduğunu gördüm. Nazım Tanrıkulu' nun köye gelmesiyle tıbbi bitki uzmanının bizim bilgilerimizin pekiştiğini görünce daha çok özgüvenim oldu. Yağda yaparım, kremde yaparım, çocuğuma da

kullandırırım ile. İlk adım orada başladı...Bende varım ile başlıyorsun ama sonra ben varmışım diyorsun...Kendimle gurur duyuyorum." (K3)

"Ben fırsat eşitliği dendiği zaman kadın erkek aynı şartlarda olsun düşüncesindeyim...Yaptığım şeylerin güzel şeyler olduğunu düşünüyorum. Hala daha neler yapabilirim diye düşünüyorum. Yapabilirsem yine hem mutlu olurum hem de gurur duyarım bir şeylerden" (K4)

Özgüven, girişimcilerin belirsizliklerle başa çıkmalarını, risk almalarını ve iş fırsatlarını değerlendirmelerini sağlayan önemli bir kişilik özelliğidir. Yüksek özgüvene sahip girişimciler, işlerini kurarken ve yönetirken daha kararlı adımlar atabilir ve zorluklara karşı dirençli olabilirler. Özgüveni yüksek girişimcilerin, zorlukların üstesinden gelebileceklerine inandıkları için girişimcilik fırsatlarını takip etme ve başarıyla değerlendirme olasılıkları daha yüksektir (Chen ve diğerleri, 1998: 301). Yeni bir firma kurmak kasıtlı bir eylemdir. Bu nedenle, öz güven bir işe başlama kararında önemli bir rol oynar (Minniti ve Nardone, 2007:225). İçsel bir kontrol odağı girişimci uyanıklığı artırır ve daha fazla yeni firmanın kurulmasına yol açar (Gartner, 1985; Harper, 1998). Zorlu işleri üstlenip, tamamladıklarından dolayı özgüven girişimci kişilik özelliklerinden biri olarak literatürde yer almaktadır. Düşük özgüvene sahip olsalardı bunu başarılı bir şekilde yapmaları pek olası değildir (Gürol ve Atsan, 2006: 30).

Katılımcılar "**Sosyal Olmak**" alt temasına ait ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir.

"Sinemaya gideriz." (K2)

"Kadınları ikna edemiyorum. Sonra gittim evlerinde konuştum, eşleriyle konuştum sonra o köyün kadınlarını birer ikişer evime davet etmeye başladım. İşte böyle yapacaksınız, şöyle yapacaksınız. Çok iyi dostluklar edineceksiniz. Bu gelen kişiler Türk, yabancı fark etmez onlar insan. Seninle iletişim kurduğunda sen onu unutmayacaksın, o seni unutmayacak. Sohbet edeceğin kendini ifade edeceğin ortamlar olacak. Böyle böyle, kadınlar şimdi yöresel kahvaltı, yöresel yemek veriyorlar yani...Tiyatroyu daha çok tercih ederim. Canlı olarak daha samimi. Fırsat olunca eşimle gideriz tiyatroya" (K3)

"Sinemayı, tiyatroyu severim. Sergi gezmeyi severim. Vakit buldukça yağlı boya resim yaparım. Yüzmeyi çok severim"...**"Sosyal** hayatımda dostlarımla görüştüm, hobilerimi geliştirdim. Turizmde o kadar farklı insan tanıyorsunuz ki her biri size bir şey katıyor. Her biri ayrı hikaye. Bugün süren çok güzel dostlarımız, birbirimizi etkilediğimiz başka alanlarımız. Bunlar bana hem anı hem de geleceğe yönelik öngörü. İnsan sermayesi...Seyahatlerim sadece müze gezmek, konser izlemek değil, oradaki halkın yaşamı, neler yapıyorlar diye bakardım. Bunların hepsini bir arada yapabileceğimiz, doğa turizmi dediğimiz bir turizm modeli şekillendi kafamda" (K4)

"Sosyallik"... Tiyatro, sinema severim. Kaçırmam"...**"Ben** zaten dağ bayırda giderdim gelirdim, yine gidiyorum. Yurtdışına da gidiyorum. Sosyal hayatımda

da arkadaşlar gelir, burada buluşuruz. Gezeriz. Bir değişiklik olmadı. Kadınların büyük ilgisi var. Kocalarını da alıp geliyorlar." (K5)

"birisiyle bire bir sohbet etmek, onun bilgisinden faydalanmak o beni daha çok cezbediyor. Ben kendimi güncelliyorum." (K6)

"Burada çok fazla sosyal aktivite olmasa bile İstanbula gittikçe sergilere, tiyatroya, sosyal aktivitelere gidiyorum. Ama dostlarımız geliyor köyümüze onlar ile orada buluşuyoruz. En yakın aktiviteler Kuşadası'nda veya İzmir'de oluyor. Tabi mesafemiz var. Kuşadası'nda konservatuarımız var onları desteklemeye çalışıyoruz, fırsat buldukça takip ediyorum." (K7)

Girişimcilerin bireysel ve sosyo-demografik nitelikleri, iş kurma motivasyonları, örgütlenme eğilimleri ve sosyal ağları, önemli sosyal sermaye unsurları olarak öne çıkmaktadır (Yetim, 2002: 79). Girişimci olduktan sonra kurdukları veya üye olarak aktif katılım sağladıkları sosyal içerikli dernekler harici hiçbir gruba, siyasi partiye ve derneğe üye olmayan katılımcı kadınların görüşme boyunca özellikle üzerinde durdukları konu yaşadıkları bölgenin tarihi ve doğal yapısını ve değerlerini korumak için gösterdikleri çabalarıdır. Sosyal olmak ise onlar için sosyal aktivitelere katılım ve gönüllü olarak çalışmayı ifade etmektedir. Kadın girişimciler için sosyal sermaye, iş kurma ve işlerini devam ettirme süreçlerinde yararlandıkları, sosyo-kültürel ilişkiler aracılığıyla elde edilen kaynakların tamamıdır (Yetim, 2002: 81). Tamamen yaşadıkları bölgeyi korumak amaçlı, sürdürülebilirliği destekleyen aktivitelere veya kültürel aktivitelere katılım öncelikleridir. Kültürel etkinlikler, bireylerin sosyal ağlar oluşturmaları, ilişkilerini güçlendirmesi ve yeni insanlarla tanışması için fırsatlar yaratabilir. Bu da sosyal sermayenin artmasına katkıda bulunur.

Katılımcıların " **Yaratıcı Fikirler**" Alt Temasına Ait İfadeleri şu şelildedir:

"Benim yaptığım menü ve bu şehrin ben fikir anasıyım. Bu şehre bir fikir vermişim ve bir menü sunmuşum. Mesela animasyonlar benim fikrim. Folklor oynamak" (K1)

"biz sadece bir konak, konaklama değil, bir yaşam alanı, bir özgürlük alanı, bir kasaba olarak düşündük. İçinde atların olduğu, eğitim verildiği bir bölümü olsun dedik. Doğada trekkingler yapılsın, mantar veya oranın bitki çeşitliliği çok fazla gözlemler yapılsın gibi pek çok düşünce geldi..." çok derin bir mutfak kültürü var. Bunlar birbirine entegre edilmemişti. Bunları bir araya getirmeyi düşünüyordum." (K4)

"Deneme cesareti düş kuruculuğu" (K5)

Yaratıcılık, hem yeni iş fikirlerinin geliştirilmesi hem de iş dünyasında rekabet avantajı sağlama açısından girişimciliğin ayrılmaz bir parçasıdır. Yenilik ve farklılık yaratıcı fikirlerin ayırt edici özelliğidir. Yeni ve faydalı fikirler ise girişimciliğin can damarını oluşturmaktadır (Ward, 2004: 174). Girişimci sahip olduğu hayal gücü, geçmiş deneyimler, öz güven, sorunları görselleştirme yeteneği, sezgi, esneklik gibi

özellikler (Fillis, 2007) ile mevcut uygulamalara meydan okumaya ve gerektiği zaman değişiklikler yapmaya hazır kişidir. Bunu yapabilmesinin yolu da, yaratıcı uyarılma veya yenilikçi yaratıcılıktan geçmektedir (Fillis ve Rentschler, 2010: 59). Burada yaratıcı uyarılamadan kastedilen, mevcut fikir ve kavramların yeniden işlenmesiyken, yenilikçi yaratıcılık ise yeni ve farklı fikirlerin icadıyla ilgilidir. Yaratıcılık hem yeni fikirler üretilmesi yoluyla ortaya çıkarken hem de bazı engelleri ve sorunları çözmede, farklı bakış açısı ile olaylara yaklaşımda girişimcilere fayda sağlamaktadır

Katılımcıların **"Öğrenme Arzusu"** Alt Temasına Ait İfadelerine örnekler aşağıda belirtilmiştir:

"Bütün parayı buraya yatırdım ama makineyi tanımıyorum. Dedim ben onu öğreneceğim. Örgücü kadınlara gidiyorum, bakıyorum onların eline. Evde yemek hazırlıyorum, sobayı yakıyorum, kış, kadınları davet ediyorum. Makineyi kurmuşuz gelin bakın diyorum. Onlardan öğrenmeye çalışıyorum.. Onlarda biraz geciktirdiler göstermeyi ama öğrendim." (K1)

"Bir kitap okudum. Güney Afrika da geçiyor. Ben ne yapabilirim hep bu soruyu sorarım kendime. Ekoturizmle ilgili kitaplar okudum ve bunu yapabilirim dedim. İnternetim olsa anında çözeceğim olayı ama yok. Kitaplardan her şey. 2010 senesi bu. 2012 de sıra dışı okur seçildim ben...Benim hayatımı kütüphaneci Pınar hanım değiştirdi. Pazarda ek para kazanmaya başlayınca Pınar hanımla tanıştım. Her yere de kitabımı götürüyorum. Pazar dahil. Beni Bilecik kütüphanesine davet etti. Koca bir dünya. 3 sene taşındım. 3 sene sonunda Bilecik valisinden " en çok kitap okuyan okur" ödül kazandım." (K2)

"tıbbi eğitim kursu aldığımızda, iletişim kursu almamız gerekti. İletişim kursu aldığımızda sağlığını da koruyalım, sağlık kursu. Yaptığımız ürünleri farkına varmak için beslenme kursu, Sonra yabancı insanlar ile iletişim kurabilmek için Fransızca kursu. Yani ihtiyaç ihtiyacı doğurdu. Zincirleme. Yani 1 yılın hikayesi değil ta 2007 yılından beri. Halen eğitimler devam ediyor. Hiç eğitimden vazgeçmede, öğrenerek okuduk. Bunun yanı sıra aldığımız eğitimler de olsun, tıbbi bitkilerde olsun bizim atalardan kalan kültürü yaşattığımızın da farkına vardık." (K3)

"Hiç bilmediğim bir alanda bir şeyler yapabilme duygusu benim için çok büyük bir heyecandı. İlk organik tarımı biz başlattık. Emekli olmuştum. Kafamda zaten bunlar vardı. Bilinmeyen bir denize yüzmeye bilmeden atlamak oldu benimki." (K4)

"merak, keşif...Dünya çapında gönüllülerle çalışıyoruz burada. Buda bize farklı bakış açıları kazandırıyor." (K5)

Öğrenme arzusu, girişimci kişilik özelliklerinin temel bileşenlerinden biri olarak birçok çalışmada ele alınmıştır. Girişimciler, sürekli öğrenme eğiliminde olup değişen pazar koşullarına ve fırsatlara hızla adapte olma yeteneği göstermektedirler. Öğrenme, girişimcilik uygulamasının ve çalışmasının ayrılmaz bir unsuru olarak kabul görmektedir (Cope, 2005: 373). Girişimci öğrenme, bu nedenle insanların fırsatları tanıma ve bunlara göre hareket etme ve girişimleri organize etme ve yönetme sürecinde yeni anlamları nasıl oluşturdıklarıyla ilgilenmektedir. İşlevsel

'bilmeyi' edinmekten çok daha fazlasıdır, çünkü aktif "yapmayı" ve "ne işe yaradığını" anlamayı ve "bunu yapabileceğini" fark etmeyi içermektedir. Bu nedenle, bilmek, hareket etmek ve anlamlandırmak birbirine bağlıdır (Rae ve Carswell, 2001: 153). Minniti ve Bygrave çalışmalarında, girişimciliğin bir öğrenme süreci olduğunu belirtmişlerdir (Minniti ve Bygrave, 2001: 7).

Girişimci bireyleri diğerlerinden ayıran en önemli özellik pazarda, üretimde veya üründe yapılan yeniliktir. Girişimcinin yarattığı bu fark ile bir dönüşüm hareketi ya da Schumpeter'ın ifade ettiği şekliyle "yaratıcı yıkım" başlamakta ve bu durum ekonomiyi olumlu etkilemektedir. Katılımcıların "**Yenilikleri Takip Etme**" alt temasına yönelik verdikleri ifadeler şu şekildedir:

"Her sene değişik bir şeyler istiyorum. Yeni şeylerin peşindeyim."(K2)

"Yenilikleri takip etmeyi, özellikle son yıllarda hızla gelişen teknolojinin gerisinde kalmamaya çalışıyorum."(K4)

Schumpeter'ın girişimcisi, piyasaya sürdüğü yenilikler ile ekonomiyi var olduğu seviyeden daha yüksek ekonomik seviyeye taşıyan kişidir (Özkul, 2007: 346). Girişimcinin, beklenmeyen durumlarda ortaya çıkan problemleri çözme yeteneğinin yenilikçiliğiyle ilgili olması, girişimci ve girişimcilik tanımlarında yenilikçiliği kritik bir özellik yapmaktadır. Özellikle rekabetin yoğun yaşandığı günümüz koşullarında pazarda ayakta kalabilmek ve varlığını sürdürebilmek için girişimcilerin yenilikçi olmaları ve fikir düzeyindeki yenilikleri hayata geçirebilmeleri çok önemlidir. İnsan doğada bir şeye kullanım alanı bulana ve böylece ona ekonomik değer katana kadar "kaynak" diye bir şey yoktur. Yenilik girişimcinin özel aracını oluşturmaktadır ve girişimci yenilik yoluyla kaynak yaratmaktadır (Drucker, 1985: 30).

Katılımcıların "**Hızlı Hareket Etme**" Alt Temasına Ait İfadeleri;

"Hızlı hareket etmeyi severim." (K4)

"Aklına düşenin delisiyim, sabretmeyi öğrenmeye çalışıyorum." (K5)

Karar hızı, sıklıkla dinamik ortamlarda bulunan ve göreceli küçüklüklerinin sağladığı çeviklikten faydalanmaya çalışan yeni girişimler için özellikle önemli olabilmektedir (Chen ve Hambrick, 1995: 457). Piyasa koşullarında rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için düşüncelerin hızlı bir şekil uygulamaya konulması girişimcilere üstünlük sağlamaktadır.

Katılımcıların "**Hedef Belirleme**" Alt Temasına Ait İfadeleri;

"Paranın peşindeydim... Çölde bile olsam buraya nasıl insan getiririm diye düşünürdüm. Ben şimdi Gölpazarın' da Konakları işletiyorum. Ben orada da turizm yaparım. Ben nereye gitsem bu turizmi götürürüm beraberimde." (K2)

"Kendime hedef koyarım. O hedefe ulaşmak içinde gayret ederim." (K4)

"Ben ilk Türkiye'nin ekoturizm ve eğitim köyünü açacağım dedim. Yapacağım diye yazdım." (K5)

"Ben diyorum ki, bütün Türkiye'yi boyamak." (K6)

Başarılı bir yaşam sürmek ve arzu edilen sonuçlara ulaşabilmek için hedef belirleme süreci büyük önem taşımaktadır. Hedefler, bireylerin başarıya ulaşmak amacıyla tanımladığı arzulanan çıktılardır. Konulan hedefler, bireylerin motivasyonunu artırarak, dikkatlerini toplamalarını sağlamakta ve hem zaman hem de kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasına olanak tanımaktadır. Girişimci bireylerin çevrelerindeki fırsatları algılayan, bu fırsatlardan bir değer elde etme arzusuna sahip olan ve bunun için hedef koyarak, risk alan, yaratıcı ve yenilikçi özelliklere sahip olmaları beklenmektedir (Eytmiş ve Sezer, 2022: 209).

Katılımcıların "**Risk Almak**" alt temasına ait ifadeleri,

"Riskten korkmayacaksın. Hiç geri adım atmam." (K2)

"Ben bir şeye inanırsam risk alırım." (K3)

"Risk almaktan çekinmem." (K4)

"Aldım pek çok kez. Ama kendime de yok gibi yaparım." (K5)

Girişimcilik literatüründe, girişimciler genellikle diğer gruplara göre risk alma eğilimleri daha yüksek olarak nitelendirilmektedir (Cromie, 2000; Thomas ve Mueller, 2000; Teoh ve Foo, 1997). Literatürde girişimci kişilik özelliklerinden en çok vurgulananlar; yenilikçi ve yaratıcı olma, risk alma, özgüven ve liderlik yeteneğidir (Kırçiçek ve Aytar, 2021:494). Çiçek ve Karakaş (2020), girişimciliği belirleyen içsel ve dışsal faktörlere yönelik yaptıkları çalışmada, katılımcıların büyük bir çoğunluğu risk vurgusu yaparak, girişimcilerin riski sevmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

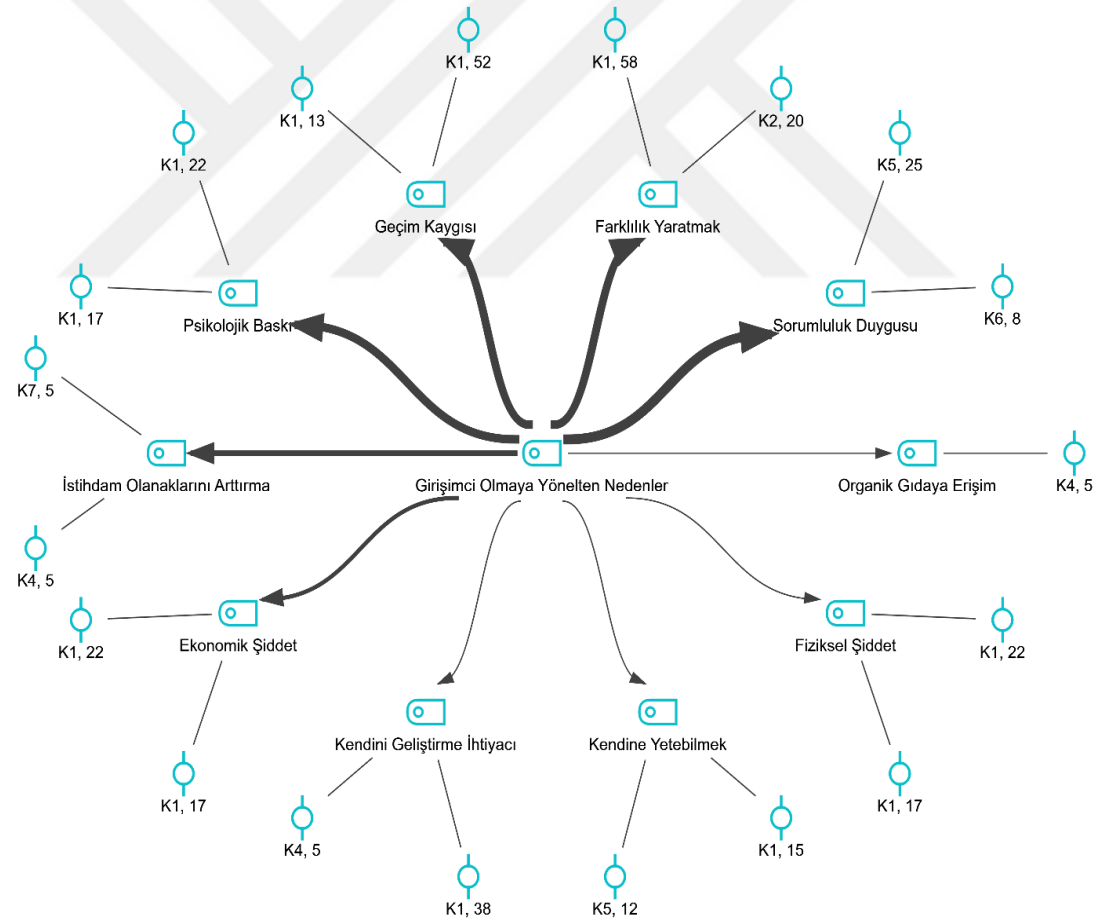
3.2.2. Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler Teması

Kadınları girişimciliğe yönelten birçok farklı sebep bulunmaktadır. Literatürde "itici ve çekici faktörler" olarak adlandırılan bu sebepler arasında, ekonomik özgürlük kazanımı, kendini gerçekleştirme isteği, maddi imkânsızlıklar, işsizlik, aile ve iş dengesi kurma ihtiyacı, iş yerinde yaşanan cinsiyet eşitsizlikleri, bağımsızlık,

meydan okuma ve gelişmiş finansal fırsatlar arzusu yer almaktadır. Araştırmada katılımcıların girişimci olma nedenlerini belirlemeye yönelik sorulan, " Neden girişimci olma ihtiyacı duyduunuz? Kararınızı neler etkiledi?" sorusuna verdikleri cevaplardan oluşturulan temalar ve ifadelere bu bölümde yer verilmiştir.

Girişimci olmaya yönelten nedenler teması "Fiziksel Şiddet", "Psikolojik Baskı", "Ekonomik Şiddet", "Geçim Kaygısı", "Sorumluluk Duygusu", "Kendine Yetebilmek", "Farklılık Yaratmak", "İstihdam Olanaklarını Arttırma", "Organik Gıdaya Erişim" ve "Kendini Geliştirme İhtiyacı" olmak üzere 10 alt temada incelenmiştir. Girişimci olmaya yönelten nedenler temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli Şekil 6'da sunulmaktadır.

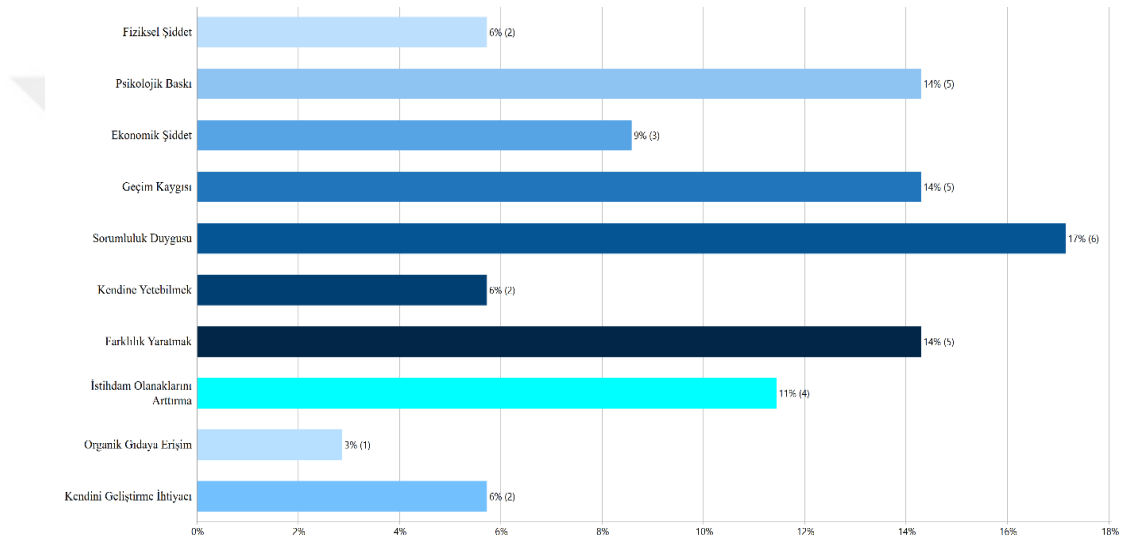
Şekil 6: Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar, "Fiziksel Şiddet" alt temasına 2 defa, "Psikolojik Baskı" alt temasına 5 defa, "Ekonomik Şiddet" alt temasına 3 defa, "Geçim Kaygısı" alt temasına 5 defa, "Sorumluluk Duygusu" alt temasına 6 defa, "Kendine Yetebilmek" alt temasına 2 defa, "Farklılık Yaratmak" alt temasına 5 defa, "İstihdam Olanaklarını Arttırma" alt temasına 4 defa, "Organik Gıdaya Erişim" alt temasına 1 defa, "Kendini Geliştirme İhtiyacı" alt temasına 2 defa vurgu yapılmıştır. Girişimci olmaya yönelten nedenler temasına ait frekanslar Şekil 7'de gösterilmektedir.

Şekil 7: Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar, girişimci olmaya yönelten nedenler temasına farklı yoğunluklarda vurgu yapılmıştır. Katılımcıların girişimci olmaya yönelten nedenler temasına yönelik kod matrisi Şekil 8'de gösterilmektedir.

Şekil 8: Girişimci Olmaya Yönelten Temasına Yönelik Kod Matriksi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
▼ Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler								0
Fiziksel Şiddet	■							2
Psikolojik Baskı	■							5
Ekonomik Şiddet	■							3
Geçim Kaygısı	■	■						5
Sorumluluk Duygusu			■		■	■	■	6
Kendine Yetebilmek	■				■			2
Farklılık Yaratmak	■	■		■			■	5
İstihdam Olanaklarını Arttırma				■			■	4
Organik Gıdaya Erişim				■				1
Kendini Geliştirme İhtiyacı	■			■				2
Σ TOPLAM	18	2	1	6	3	2	3	35

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kadına yönelik şiddet, dünyadaki en yaygın ancak en az tanınan insan hakları ihlalidir. Kadını itibarsızlaştıran, kendine güvenini ve özsaygısını yok eden bir durumdur (Heise ve diğerleri, 2002: 6). Katılımcılardan Kars'ın ilk kadın girişimcisi olan K1 girişimciliğe yönelten sebeplerden "Fiziksel Şiddet", "Psikolojik Baskı" ve "Ekonomik Şiddet" alt temasına vurgu yapmıştır. Görüşme esnasında hem akraba evliliğinin getirdiği sorunlara hem de karakter, büyüdüğü aile yapısı ve eğitim seviyesi olarak eşiyile arasında ki farka değinen katılımcı K1, "*Dün misafirlerim vardı. Diyorlarki çok başarılı bir erkeğin arkasında başarılı bir kadın vardır. Başarılı bir kadının arkasında başarılı bir eş. Dedim değil, başarılı bir kadının arkasında bir hüznü hikâyesi vardır. Evet, hüznü bir hakiyesi...*" sözleriyle toplumda kadının yaşadığı ama dile getiremediği çaresizliği ifade etmektedir. Katılımcının K1'in "Fiziksel Şiddet", "Psikolojik Baskı" ve "Ekonomik Şiddet" alt temalara ait söylemleri aşağıda yer almaktadır:

"Fiziksel şiddet... Fiziki şiddet... Psikolojik baskı... Psikolojik baskı yaratarak elinin altında tutarak başardığını zannediyordu... Psikolojik şiddet en kötüsü... İnsanın üzerine yürümesi, hakareti, küfürü, gerginliği... Psikolojik baskı kadar insanı ezen ve insanın hayatını alt üst eden bir şey yoktur. Mesela diyorlar ya "kılıç yarası gider ama dil yarası gitmez". Sana dayak atılsın ama psikolojik baskı yapılmasın... Ekonomik şiddet... Ekonomik şiddet, adam kazandığına diyor ki, bu benim param diyor. Oturduğumuz evi satıyor. Ben diyorum ki evi niye satıyorsun?... Diyor ki baban Fehmi'den mi kaldı? Senin onda hakkın yok. Kendi yaptığı üzerinde tasavvufu, yeme hakkı onun. Biz ona yandaşız... Adama bir hamama gideceğiz desem, 1 hafta önce söylüyorum. Bu da böyle kedi fareyle oynar gibi, anlıyor musun? Seni yerden yere vuruyor sonra "ne lüzum var" der. Neyse bir para verir, hamama gitmemize izin verir. E zaten ben onun keyfini,

tadını, izin derdiyle, kalbim çarpa çarpa kaygılana kaygılana bitiriyor içimde. Yani kedinin fareyle oynaması gibi oynar. Adam yıllarca benimle oynadı." (K1)

"Girişimci olmam ne bir projeydi ne de bir meşhur olmaktı. Girişimci olduğumunda farkında değildim. Yola çıkmamın şeyinde sıkıntılar var" diyerek yaşadığı psikolojik, ekonomik ve fiziksel şiddetin boyutunu ve bu şiddetin kendisini farkında olmadan girişimciliğe nasıl yönlendirdiğini anlatan katılımcı K1 aslında ülkemizde çoğu kadının yaşadığı ancak dile getiremediği şiddetin yüzlerce mağdurundan biridir. Ekonomik şiddet, kadınların başlıca kurban olduğu bir başka istismar biçimidir. Ataerkil toplumlarda geleneksel olarak erkekler ailenin finansal gelirini kontrol etmekte ve egemenlik kurarak ailede finansal kararlar alma gücünü de ellerinde tutmaktadırlar (Beqo ve Gehrels, 2014: 99). Literatürde kadın girişimcilik çalışmalarında, ekonomik şiddete maruz kalmak ile diğer şiddet türlerinin(psikolojik ve fiziksel) mağduru olmak arasında önemli bir ilişki olduğuna yönelik bulgular bulunmaktadır (Gonzales ve diğerleri, 2011). Bir tahakküm eleştirisi olarak ortaya çıkan Bourdieu'nun sembolik şiddet kavramı, en yoğun olarak eşitsizlik durumunda egemen gücün diğer bireyler üzerinde uyguladığı şiddettir. Parsova ve Eroğlu (2018) birbirinden farklı sosyo ekonomik ve kültürel yapıya sahip kadın girişimcilere yönelik yaptıkları çalışmalarında, katılımcıların büyük çoğunluğunun ekonomik şiddete maruz kaldığı ve şiddet tanımlamasında "fiziksel" ve "psikolojik" şiddetin ön plana çıktığı gözlemlenmiştir (Parsova ve Eroğlu, 2018: 161-162). İlhan ve Oruçlu (2023) ise Diyarbakırlı kadın girişimcileri ele aldıkları çalışmada kadınların şiddeti ekonomik, psikolojik ve toplumsal boyutta deneyimlediklerini gözlemlemişlerdir (İlhan ve Oruçlu, 2023: 128). Kadınların girişimciliğe yönelmesi, genellikle fırsat ve özgürlük arayışı olarak yorumlansa da, bu tercih bazen zorlayıcı koşulların bir sonucu olarak da ortaya çıkmaktadır. Ekonomik, psikolojik ve fiziksel şiddet gibi faktörler, kadınların bağımsız bir gelir kaynağı oluşturma ve güçlenme isteğini tetikleyen önemli etkenlerdir.

Özellikle zorlu ekonomik koşullarda, değişen hayat şartları ile kadınların geçimlerini sağlama ihtiyacı girişimcilik faaliyetlerine neden olmaktadır. Katılımcıların "Geçim Kaygısı" alt temasına ait ifadeleri ise şu şekildedir:

"Geçim kaygısı ile yola çıktım... Birisinden bir şey istemek hele ki zaruri ihtiyaç, geçim. Hani bunları istemek çok zor şeyler. Hani beni yola çıkaran etkenlerden en başta ki budur... Ev kira, başka gelir yok. Maaş yok. Hiç bir şey yok. Tekrar mı o sefaleti yaşayacağım? Ne yapabilirim kaygısı girdi... Çok çaresiz ve çok kötü oldum. Çok çaresizdim. Cebimde ekmek alacak param yok." (K1)

"Paranın peşindeydim. Yedi tane ineğimiz var. Yem parası çok pahalı. Otlattığım halde elime beş kuruş para geçmiyor. Çocuğa para göndermemiz lazım. Ben tereyağlarımı Bilecik'de pazarda satmaya başladım. Oradan çocuğuma para gönderiyordum. Pide salonlarında ekşimik satıyordum. Ne yapabilirim peşinde koşmaya başladım." (K2)

Karşılaştıkları zorluklara rağmen çabalarında ısrarcı olan kadın girişimcilerin ne kadar güçlü kişilikler oldukları anlaşılmaktadır. Yetim'in (2002) Mersin bölgesindeki kadın girişimcilerle ilgili yaptığı çalışmada kadınları girişimciliğe yönlendiren nedenler arasında ekonomik sıkıntılardan kurtulma isteği, aileye ek gelir sağlama arzu sayılmaktadır. Son dönemlerde kadınlar üzerine yapılan çalışmalarda, işsizlik ve ailede yaşanan ekonomik sorunların kadınların girişimciliğe yönelmesinde etkili olduğu saptanmıştır (Arslan ve Toksoy, 2017:133).

Girişimcinin işinde kar elde etmesinin yanı sıra toplumdaki diğer bireyler ve kuruluşlar için sorumluluk alması, onlar için çaba göstermesi ve beklentilerini karşılaması da önemlidir. Girişimcinin dürüst, tutarlı ve etik davranışları, temas halinde olduğu taraflar arasında işletmenin güvenilirliğini ve itibarını güçlendirecektir. Katılımcıların **"Sorumluluk Duygusu"** alt temasına ait ifadeleri şu şekildedir:

"Köyün elim olaydan, kazadan sonra boşalması, insanların mutsuzluğu, belki bir ümit olurluğuydu. Biz bu işe başlarken o bu değil de, biz bu insanları nasıl olsun bu acıdan uzaklaştırabiliriz ile ilgilendik. Kazadan sonra sanki köy meydanına çıksak o ölen kişilere, o kişilerin ailelerine ayıp etmiş olur muyuz, saygısızlık olur mu gibi oldu. Kadınlar birbiri ile tekrar sohbet edebilecek mi diye endişelendik. Nasıl destek oluruz ile başladık. İşte hayat bir şekilde devam ediyor. Belki insanların yüzü güler diye başladık." (K3)

"Bu vatana bu millete borcumuz var ve gelecek nesillere... Biz yurttaşız. Değişim aşağıdan yukarı gider. Oraya doğru gidiyoruz." (K5)

"Ben bu ülke de yaşıyor isem, elimden gelen bu işe, ben bir katkıda bulunmak isterim... Herkes elinden geleni yapsın ya. Bu vatan bizim ya. Önce vatan." (K6)

"Köy sakın, kuş uçmaz, kervan geçmez, bakkalı çakkalı olmayan bir köy idi ve yaşamın az olduğu çok da bakımlı olmayan bir köy. Ben kendimi sorumlu hissettim." (K7)

Girişimcilerin kendilerini toplumsal olaylardan ve sorunlardan sorumlu hissetmeleri ve toplumsal kalkınmaya ve sorun çözmeye yönelik, kararlar almaları günümüz şartlarında çok değerli bir olgudur. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerinde girişimciliğe başlarken bu etkenlerin kararlarına yön vermesi, özellikle günümüz rekabet ortamında iş dünyasında başarının toplum olarak değer verdiğimiz etik değerlerin görmezden gelinerek elde edilmesi gerekmediğini savunan araştırmacı ve yazarları destekler niteliktedir. İşletmelerin yaşadığımız yer, nasıl yaşadığımız üzerinde bu kadar güçlü bir etkiye sahip olduğu bir dünyada, birçok işletmenin toplumsal değerleri paylaşan ve bu değerlerin karar alma süreçlerine

rehberlik etmesine izin veren bireyler tarafından geliştirildiğini bilmek güven vericidir (Payne ve Joyner, 2006: 215). Tekin ve diğerlerinin (2018) yaptıkları çalışmada yer alan kadın girişimciler, girişimcilik, iş ahlakı ve sosyal sorumluluğun bir bütün olduğunu ifade etmişlerdir (Tekin ve diğerleri, 2018: 133).

Başkasına muhtaç olmadan yaşamak anlamında kullanılan kendine yetebilmek kavramı, girişimcilik sürecinde önemli rol oynayan risk almak, kendine yaptığın işe adanmak gibi niteliklerle birlikte kullanılmaktadır (Türedi, 2018: 42). Kendine yetme isteğinin gerçekte altında yatan güdü özgürlüktür ve bu duygu ile hareket eden birey bağımlı olmayı reddetmektedir (Önal ve Çelebi, 2020: 191). Kadın girişimciler için bu kavram, ekonomik bağımsızlık kazanmak, karar alma süreçlerinde özgür olmak ve ailelerine daha fazla katkıda bulunmak anlamına gelmektedir. Öz yeterlilik/kendine yetebilmek, yalnızca finansal bağımsızlık açısından değil, aynı zamanda kadınların toplumsal rollerini yeniden tanımlama ve kendi potansiyellerini gerçekleştirme açısından da büyük önem taşımaktadır. Girişimcilik sayesinde kadınlar kendi ayakları üzerinde durabilir ve başkalarına bağımlı olmadan hayatlarını yaşayabilmektedirler. Katılımcıların **“Kendine Yetebilmek”** alt temasına ait ifadeleri şu şekildedir:

"İstememek, başkasına muhtaç olmamak. Kendi kendine yetebilmek." (K1)

"Oğlumu gönderdiğim yuva kapandı. Yaşı küçüktü. Oğlumun anaokuluna gitmesi gerekiyordu. Çocuğu gönderecek yuva yok. Herhangi bir kadının eline yalnız bırakmak istemedim. Eşime halası zamanında bir arsa aldırış. Onu satıp yuva açtık. Pendik'te hem oğlum yuvaya kavuştu hem çevrede ki çocuklar. Hatta biraz engelli olan çocuklar yararlandı." (K5)

Özellikle ekonomik özgürlüklerinin olmaması, eşlerinden veya ailelerinden para alamamaları veya isteyememeleri gibi ekonomik sebeplerin yanı sıra, birilerine muhtaç olmak istememeleri, yakın çevre ve ailelerinden destek görmemeleri kadınları girişimciliğe yönelten sebepler arasında yer almaktadır. Kişisel özgürlüklerini (Kutunis ve Hancı, 2004: 460) ve ekonomik özgürlüklerini elde etmek, kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmek girişimcilik başlangıcında kadın girişimcilerin en güçlü güdülerindendir (Can ve Karataş, 2007:256; Beqo ve Gehrels, 2014: 98).

Literatürde daha çok sosyal girişimcilik ile ilişkilendirilen fark yaratma fırsatı, ekonomik, toplumsal ve çevresel etmenleri dikkate alarak, önem verdikleri konu ile ilgili harekete geçme ve fark yaratma ile alakalıdır (Yıldız ve Zehir, 2019: 456). Girişimcilikte daha önce denenmemiş, uygulanmamış fikrin uygulanması fark yaratmak için önemlidir. Katılımcıların **“Farklılık Yaratmak”** alt temasına ait ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

"Fark yarattım. Büyük fark yarattım. Ben yöresel ve gelenekseli paraya dönüştürerek turizme tanıttım ve bir şehir ekonomisinde istihdam yarattım." (K1)

"Profesyonel ekipler ile çalıştık. İhtiyaç oradan kaynaklandı. Yani memleketime bir farklılık yaratmak, bir farklılık getirmek. Çünkü Kastamonu'da şöyle bir durum vardı. Şehir otelciliği vardı ama çok sınırlıydı. Bir tatil, bir yaşam alanı şeklinde bir oluşum yoktu. Mesela bayramlarda birbirinden farklı yerlerde yaşayan ailelerin buluşma noktası oluyoruz." (K4)

"Hareketsiz ölü bir köydü. Evlerin duvarlarını, çöp bidonlarını boyadım. Sokakları süpürdüm." (K7)

Rekabetin yoğun olduğu, hızlı tüketimin arttığı günümüzde girişimcilik için sadece bilgi yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda fark yaratma anlayışı, bunu uygulayacak cesaret ve inanç, bir bütün olarak çalışabilmek gereklidir (Başar ve diğerleri, 2013: 44). Kılıç (2015) çalışmasında (aktaran Yıldız ve Zehir, 2019: 455), girişimciliğin üretimi, yeni olanı sunmayı, farklı bakış açısına sahip olmayı ve yenilik getirmeyi gerektirdiğini ifade etmiştir. Fark yaratmanın ve yaratıcılığın işletmelere kattığı avantaj her sektörde büyük önem arz etmektedir. Rekabet gücü günümüzde hem uluslararası hem de iç piyasalarda bireylerin, işletmelerin ve ülkelerin ne kadar yaratıcı olduklarıyla, nasıl fark yarattıklarıyla doğru orantılıdır (Başar ve diğerleri, 2013: 45).

Araştırmaya katılan girişimci kadınlar hem kendileri için bir çıkış yolu ararken aynı zamanda toplumsal anlamda da hizmet vermeyi amaçlamış bireylerdir. Kar elde etme haricinde içinde bulundukları toplumda ki bireylere özellikle kadınlara bir yol açabilmeyi, farklılık yaratabilmeyi ve destek verebilmeyi amaçlamışlardır.

Kalkınmanın sürdürülebilirliği açısından kadın girişimcilerin istihdama katılımı büyük öneme sahiptir. Kadın girişimciler hem sosyal fayda sağlarken hem de yeni açtıkları girişimler ile istihdam yaratmaktadırlar (Can ve Karataş, 2007: 152; Kutluay, Tutar ve Balkaya, 2021: 112). Katılımcıların bazılarının **“İstihdam Olanaklarını Arttırma”** alt temasına ait ifadeleri şu şekilde olmuştur:

"Çok verimli bir bölge, her anlamda, yani kadın gücü olarak, okuyan kendini geliştirme yeteneği yüksek ama iş alanları sınırlı. Bunlara bir yol açmak düşüncem vardı. Zaten turizm ve üretim işi de oradan kaynaklı oldu... Kastamonu'da istihdam sorununun çok büyük olduğunu gözlemledim...

İstihdamda ne yapabiliriz gibi bir düşüncemiz oldu. Seyisler yetişiyor, antrenörler geliyorlar falan. Orada insan eğitimiymi amaçlardan biri. Bugün iş sahibi olan, kendi işini kuran çok arkadaşımız oldu. O benim gurur kaynağı kısmım." (K4)

"Amacım kadınlara destek vermektir. Kadınlar sadece belli zamanlarda tarımda iş yapabiliyorlar. Onlara ekonomik katkı olsun istedim." (K7).

Girişimcilik ile birlikte ekonomik faaliyetler artarken istihdam sağlayıcı özelliği ile işsizliğede çözüm olmaktadır. 2021 American Express Kadın Sahipli İşletmelerin Durumu Raporu'na göre, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki 12,3 milyondan fazla kadın kendi işletmesine sahip ve 1,8 trilyon dolar gelir elde etmektedirler. Bu işletmeler yaklaşık 9,4 milyon kişiye istihdam sağlamakta ve toplam özel sektör iş gücünün %8'ini oluşturmaktadır (Entrepreneurs Source, 2024). Girişimciliğin istihdam üzerindeki etkisi, girişimciliğin ekonomik çıktısı olarak literatürde araştırmalarda yer almaktadır. Ancak bu çalışmada yer alan kadın girişimcilerin girişimciliğe başlama motivasyonları arasında istihdam sağlama düşüncesi yer almaktadır. Sosyal girişimci davranışı gösteren kadın girişimciler, sosyal bir fayda sağlama dürtüsü ile girişimciliğe başlamışlar ve kar amacı gütmeleri ile eş değer bir dürtü ile istihdama yaklaştırmışlardır. İstihdam sağlama girişimciliğin sonucu değil nedeni olmuştur.

Kastamonu, Daday'da kaynakları koruyarak, bölgenin verimliliğinden faydalanarak, zengin mutfak kültürünü yerelde yetişenler ile yaşatmak ve korumak amacıyla yola çıkan katılımcı K4'ün, "**Organik Gıdaya Erişim**" alt temasına ait ifadesi şu şekildedir:

"Turizm ve üretim işi aklımda hep vardı. Kaynakların doğru kullanılması önemli. Doğru gıda, temiz gıda önemli. Çocuklarım küçükken Çatalca'da temiz gıda elde etmek için çiftlik kurmuştuk. Yumurtamız taze olsun, sebzemiz ilaçsız olsun diye bir yandan çalışıp, bir yandan gece gidip orasıyla ilgileniyorduk 40 yıl önce." (K4)

Ekolojik ve sürdürülebilir turizm anlayışı son dönemlerde önem kazanmıştır. Bireyler, doğa ile iç içe olacakları, sebze ve meyve hasadına katılabilecekleri, organik ürünlerin yetiştirme süreçlerine tanık olabilecekleri, temiz ve kaliteli gıdaya ulaşabilecekleri, doğrudan katılımı sağlayan kırsal turizm, ekoturizm, doğa turizmi, gastronomi turizmi gibisürdürülebilir turizm çeşitlerine ilgi duymaktadırlar (Harbalıoğlu ve diğerleri, 56; Boyacıoğlu, 2014: 82). Turizmde yenilikçi bir bakış açısı sağlayan bu tarz girişimler hem bölge kalkınması, hem geleneksel, organik yetiştiriciliği hem de doğal kaynakların değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. Gıdanın dönüştürücü gücünün farkına varan katılımcı bu düşüncüyü ve hayali gerçekleştirmiştir. Emekli öğretmen olan katılımcı, bölgeyi seçme ve turizme

yönelme nedenlerinden bahsederken " *çok verimli bir bölge, her anlamda. Yeme içme konusunda derin bir mutfak kültürü var. Bunlar bir birine entegre edilememişti. Bunları bir araya getirmeyi düşündüm...*" ifadelerini kullanmıştır. Burada katılımcının kültürel sermayesini kullanarak sürece yaklaştığı gözlemlenmiştir.

Katılımcıların "**Kendini Geliştirme İhtiyacı**" alt temasına ait ifadeleri;

"Kendi kimlik arayışım. Ben neyim, kimim?" (K1)

"Çocukluğumdan beri kadının çok şey yaptığını hep düşündüm. Sürekli kafamda daha nasıl iyiye evrilir, neler yapılabilir düşünceleri taşıyordum. Öğretmenlik yıllarımda da hem eğitimsel anlamda hem de sosyal anlamda hep bir şeyleri bir yerden başka bir yere taşıma, hep karşıdakinden bir şey öğrenip onu geliştirme düşüncem zaten vardı." (K4)

Yılmaz ve Karaçelebi kadın girişimcilerin girişimci süreçleri üzerine yaptıkları araştırma sonucunda, kadın girişimcilerin özgüvenlerinin, başarıma ve kendini geliştirme isteklerinin yüksek olduklarını ve bu kişisel özelliklerin onlara girişimcilik sürecinde avantaj sağladığını belirlemişlerdir (Yılmaz ve Karaçelebi, 2020: 289- 290).

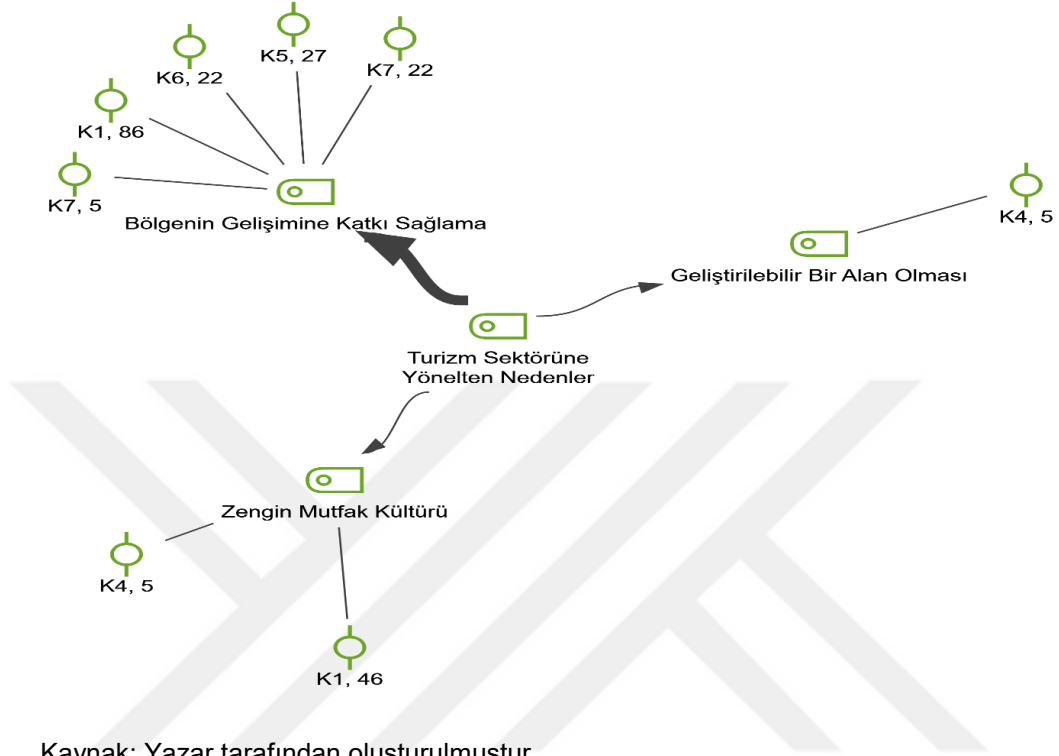
Bu tema altında kadın girişimcilerin ifadeleri incelendiğinde, geçim kaygısı, şiddet, kendine yetebilmek alt temaları literatürde klasikleşen, kadınları girişimciliğe yönelten nedenler başlığı altında yer alan nedenlerdir. Ancak diğer çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada katılımcılar, toplumsal ihtiyaçları ve sorunlara gidermeye yönelik amaçlar uğruna girişimciliği tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Coğrafi konumun özellikle kırsalda kadın olmanın girişimcilik üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda araştırmada yer alan kadınların farkı ve verdikleri mücadele çok daha iyi anlaşılmaktadır. Çünkü kadın kırsal alanda çok daha fazla yapısal, kültürel ve kurumsal kısıtlamalarla karşı karşıya kalmaktadır (Tambunan, 2019: 12).

3.2.3. Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler Teması

Seyahat ve turizmin, diğer sektörlerle kıyasla kadınlara güçlenme konusunda daha fazla fırsat sağladığı ve sektöre kadınların ilerlemesi için daha fazla sorumluluk yüklediği kanıtlanmıştır. Kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmalarda genel kanı, kadınların girişimciliği ev iş dengesini kurmada sağladığı kolaylık, hane bütçesine katkı sağlamak ve ev uzantısı işleri yapmaya olanak sağlamasından dolayı tercih ettikleri yönündedir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilere yöneltilen "turizm sektörünü nedentercih ettikleri" sorusuna katılımcılar tarafından verilen cevaplar bu tema altında yer almaktadır. Verilen cevaplar doğrultusunda, turizm sektörüne yönelten nedenler teması "Bölgenin Gelişimine Katkı Sağlama", "Geliştirilebilir Bir Alan Olması" ve "Zengin Mutfak Kültürü" olmak üzere 3 alt temada incelenmiştir.

Turizm sektörüne yönelten nedenler temasına ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli Şekil 9'da gösterilmektedir.

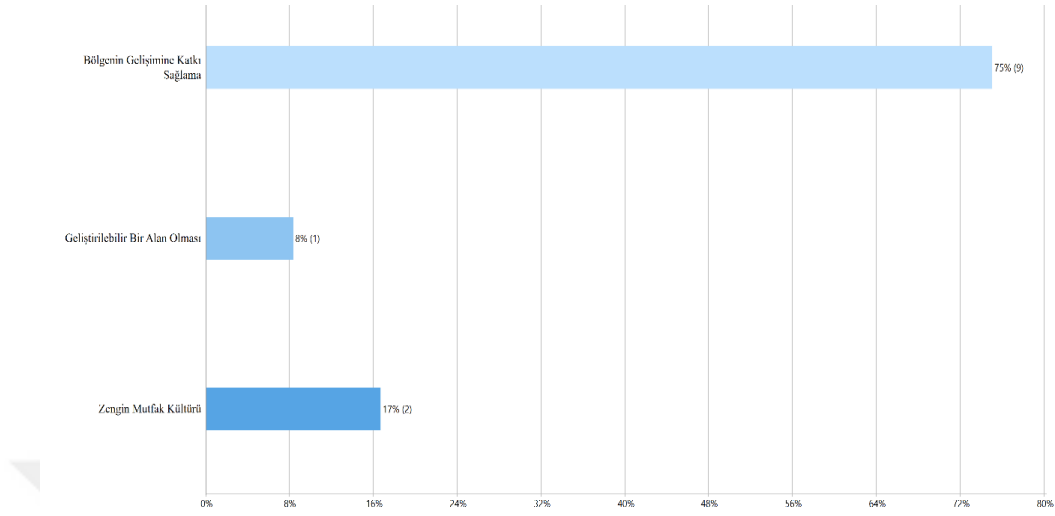
Şekil 9: Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler Temasına Ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar, "Bölgenin Gelişimine Katkı Sağlama" alt temasına 9 defa "Geliştirilebilir Bir Alan Olması" alt temasına 1 defa ve "Zengin Mutfak Kültürü" alt temasına 2 defa vurgu yapılmıştır. Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler temasına ait frekanslar Şekil 10'da gösterilmektedir.

Şekil 10: Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar turizm sektörüne yönelten nedenler temasına farklı yoğunluklarda vurgu yapmışlardır. Katılımcıların Turizm sektörüne yönelten nedenler temasına yönelik Şekil 11'deki gibidir.

Şekil 11: Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler Temasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
▼ Turizm Sektörüne Yönelten Nedenler								0
Bölgenin Gelişimine Katkı Sağlama								9
Geliştirilebilir Bir Alan Olması								1
Zengin Mutfak Kültürü								2
TOPLAM	3	1	0	3	1	1	3	12

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların“**Bölgenin Gelişimine Katkı Sağlama**” alt temasına ait ifadeleri şu şekildedir:

"Kadınlar anladılar ki yetiştirdiğimiz kaz para ediyor. Onlar yarışa girdiler. Herkes kaz beslemeye başladı bu sefer. Sahada bir farkındalık yarattım. O zamana kadar satılmayan bir ürün. Ama ben evlere gidip onların besledikleri kazları satın alıyordum paralarını veriyordum. Kızımın dershanesi var diyince kazı biraz daha pahalı alırdım, destek amaçlı. Bu kadını ticarete kadını

retkenliğŞe davetti. Sıkıntım var, ürün tedariginde sıkıntı çekiyorum. Kadın elindeki ürünü evinde pişiriyor ama ben onu alınca paraya dönüşüyor. Bu sefer aile ekonomisine ve aileye katkı oluyor... Bu şehrin, değeri, şehrin aydınlık yüzü, bu şehrin rızık kapısı, bu şehre turizmin kapısını açan kadın oldum. Sokakta yürüyorum bir gün. Bir beyefendi bana dedi ki, *Abla Allah senden razı olsun sayende bu şehrin köpekleri bile doyd.* Köşelere köpeklere mama bırakıyorlar ya. Turizm çünkü öyle bacasız fabrika. " (K1)

"Bilecik valiliğinin bir çalışması için buraya bana geldiler. Ekoturizm saha çalışması yapıyorlar. O zamana kadar her şey hazır. Bütün gelenekleri anlatan defterim hazır. Sıra dışı okur seilmeseydim, televizyon programlarına katılmasaydım. Ben asla köyümü tanıtamazdım. Sıra dışı okur hikâyesi ile birlikte her tv programımda köyümü anlattım, projemi anlattım. Hayalim ama olmuş gibi davranmaya başladım" (K2)

"Anadolumuza, insanımıza, değerlerimize katkı gibi düşündüm. Birde orasını bağlarım olduğu için tercih ettim. Potansiyel ve oranın ihtiyaçları ön planda oldu bende.Oraya bir yatırım kesinlikle olsun istiyordum ama sadece orası değil ihtiyaç olan diğer yerler içinde." (K4)

"İnsanlar gelsin, görsün, paylaşsın. Tatsın, ğrensın. Gitsin onlarda yapsınlar diye turizm sektörünü seçtik. O beş yıldızlı şeyler mi devam etsin. Oraların halkı iş yapamıyor, a kalıyor. Sağlık turizmi gelişiyor." (K5)

"Tesadüf ıktı Araçlar köyün içinden gelip geçiyor. Egzos dumanı, korna gürültüsü. Bu çektiğimiz sıkıntıyı nasıl artıya çevirebiliriz diye düşündük. Tarımdan turizme geçecektik faydalanma olsun diye. Köy tur kapsamına girdi. Egede gezilecek yerler listesine girdi. Önceden geçip gidiyorlardı, şimdi fotoğraf çekmek için, beni görmek için köye giriyorlar." (K6)

"Ben burada yaşıyorum, doğa ve evre için uğraşıyorum, bir şeyler yapmam gerekiyor dedim. O ara köylerin mahalle olması kanunu çıkınca köye sahip çıkılması gerekliliği doğdu. Elimi taşın altına koymak istedim. Ne faydam olabilir diye yola ıktım. Onun zerine 2014 yılında köyden bir kısım grup ile bir dernek kurarak bu işe başladım. Ben başkanı oldum. Mücadeleye başladım. Oldukça zorlu bir süreç geçti. Köyde sadece 17 hane yaşıyordu. Köyün çevresinde çiftlikler var. Büyük g vermiş, herkes satmış gitmiş, sadece yazın ekip biçmek için gelip geri dönüyorlardı. Hareketsiz, l bir kyd. Sadece bir köy kahvesi vardı... Bu köyü biraz toparlayıp, güzelleştirip, turizme kazandırmak, ekstra gelir sağlayabilmek istedim... Her zaman kadınların yanında, köyün orijinalliğini bozmadan köye katkı sağlamak istedim. Tarım zor iş, destek çok az o nedenle yan ekonomik bir katkı yaratmaya, kadına ekonomik gelir sağlamaya, köyün dokusunu bozmamaya çalıştık. " (K7)

Turizm sektörünün bölgesel kalkınmayı hızlandıran en önemli sektörlerden bir olmasının yanı sıra sektörde yer alan kadınların ekonomik, sosyal ve kültürel yaşam üzerinde ki olumlu etkileri göz ardı edilmemelidir (Tüzünkan, 2019: 80). Özellikle kırsal kesimde turizmde yer alan kadın girişimcilerin varlığı hem toplum ve kadın açısından hem de bulunduğu bölgeye sağladığı değerler ve getiriler açısından önem taşımaktadır (Boyacıoğlu, 2014: 84; Fidan ve Nam, 2012: 53). Araştırmaya katılan fark yaratan kadın girişimciler literatürde yer alan iş yaşam dengesi, kendilerine biçilen ev içi işlerle olan uyumu gibi nedenlerden dolayı değil, sosyal ve

ekonomik getirilerinin bilincinde olarak, toplumsal farkındalıkla bu sektöre yönelmişlerdir. Gözlemleyerek farkına vardıkları ekonomik ve toplumsal sorunlara sağduyulu bir şekilde çözüm üretmek ve aynı zamanda kazanç sağlamak amacıyla girişimciliği tercih etmişlerdir. Karakteristik özelliklerini ifade ederken kullandıkları, problem çözme, cesaret, kararlılık, paylaşımcı olmak, liderlik, potansiyeli fark etme, gibi özelliklerin sonuçları burada görülmektedir.

Katılımcıların **“Geliştirilebilir Bir Alan Olması”** alt temasına ait ifadeleri

"Turizm her anlamda ilişkileri'de güçlendiren, iletişimi güçlü, açılımı güçlü bir alandı. Bu arada biz sürekli insanlar ile konuşurken de işte turizmin faydaları, ama nasıl korunacağı, doğamızın nasıl sunulacağı, mesela bizde hiç bir zaman av turizmi olmadı ki, avlaklar var bölgemizde. Biz hep koruyarak çoğaltma, var olanı artı değer kazanarak geri döndürme şeklinde düşündük. Bunu yaparken asıl amacımız orada bir bütünlüğü yakalamak oldu. Gerçekten orada ki o sosyal ilişkilerde de başarılı olduğumuzu düşünüyorum. İnsanlar sürekli bize danıştı, kendi yerlerini açmayı düşünenler. Veya bize yöntem öğretin dediler. Biz onlara staj gibi otelimizde yer açtık, gözlemlediler. Bu tür şeylerimiz oldu ki, keyif veren yanlarından biride buydu. Geneli bizim bölgemizin insanları." (K4)

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 (TTS) ve Eylem Planı 2013 ile Türkiye'nin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve diğer turizm potansiyellerini geliştirerek, ülkemizin turizmden sağlanan katkıyı artırma hedeflenmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 1). Bir bölgede turizm faaliyetinin gerçekleştirilmesi için turizm potansiyelinin yanı sıra bölge halkının turizme bakış açısının, yaklaşımının ve turizmi benimsemesi de büyük önem taşımaktadır (Boyacıoğlu, 2014: 85). Özellikle kırsal bölgelerde gerçekleştirilen kırsal turizm faaliyetiyle var olan potansiyelin ortaya çıkarılması ve bölge halkının ekonomik faaliyetlerinin turizm ile bağdaştırılması gerekmektedir. Katılımcı K4 hem turizmi bölge halkına anlatarak bir farkındalık yaratmayı hem de sürdürülebilirlik ve çevre bilinci içinde var olan alan ancak atıl durumda olan bölgesel zenginliği ve çeşitliliği değerlendirerek turizm faaliyetini gerçekleştirmeyi amaçlamıştır. Bu şekilde hem bölge halkı için istihdam sağlarken hem de bir okul gibi hizmet vermiştir.

Katılımcıların **“Zengin Mutfak Kültürü”** alt temasına ait ifadeleri

"Yöresel yemekler, göçlerle, yaşlıların ölümüyle bunlar kaybolmaya yüz tutmuştu. Bana göre yöresel ve geleneksel ürünler ne kadar kaliteli olursa olsun, paraya dönüşmedikçe kaybolmaya mahkumdur. " (K1)

"Yeme, içme konusunda da çok derin bir mutfak kültürü var. Bunlar birbirine entegre edilmemişti. Bunları bir araya getirmeyi düşünüyordum. Seyahat etmeyi çok seven bir aileyiz. Seyahatlerim sadece müze gezmek, konser izlemek değil, oradaki halkın yaşamı, neler yapıyorlar diye bakardım. Bunların hepsini bir arada yapabileceğimiz, doğa turizmi dediğimiz bir turizm modeli şekillendi kafamda." (K4)

Günümüzde yaşanan yoğun rekabet koşulları, hızlı tüketim insanları farklı turizm arayışlarına yönlendirmektedir. Coğrafi farklılıklar ve bu farklılıkların getirdiği zenginlikler ve çeşitlilik farklı turizm çeşitlerinin uygulanabilirliğini arttırmaktadır. Gastronomi turizmigünümüzde en ilgi çeken turizm dallarından biri haline gelmiştir. Özellikle bölgesel yemek çeşitliliği, doğal ve yerel ürünlerle, orijinal reçetelere sadık kalınarak yapılan yöresel yemekler hem bu yemeklerin sürdürülebilirliğini hem de turizme katkı sağlamaktadırlar. Literatürde, turistlerin destinasyonlar arası seçimlerinde gastronominin önemli bir belirleyici olduğuna vurgu yapılmaktadır (Özen ve diğerleri, 2022: 2321). Katılımcı K1 ve K4'ün girişimleri ile bölgelere ait zengin ancak unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemekleri ve mutfak kültürlerini kullanarak bölgeyi çekim merkezi haline getirmişler ve yerel ekonominin gelişmesine de katkı sağlamışlardır. Literatürde yöresel yemekler ve kadın girişimciler üzerine yapılan çalışma sonuçlarına bakıldığında, kadın girişimcilerin yaratıcılığı ve girişimciliğinin turizmin gelişmesi ve güçlenmesine, bölgesel kalkınmaya, istihdam artışına olumlu etkileri olduğu gözlemlenmiştir (Poulaki ve diğerleri, 2022; Kızıldemir ve Şimşek, 2021; Boyacıoğlu, 2014; Tajeddini ve diğerleri, 2017).

Katılımcıların her birinin hikâyesinde kadın olmanın getirdiği zorluklar, çileler, acılar bulunmaktadır. Tüm katılımcılar, yaşadıkları olayların farkındalıkları ile sadece kendileri için değil toplum içinde bir şeyler yapma çabası güderek girişimciliğe yönelmişlerdir. Var olan yapısal bir boşluğun farkına vararak ve kapatarak bir değer yaratmışlardır. Bu tema altında, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin ifadelerinden hayal edilen bir geleceğe yönelik beklentilerle fırsatlar yaratma ve sürekli kaynak birleştirme ve yeniden birleştirme yoluyla fırsatları nasıl kullandıklarına, yaratıcılıklarına dair bulgulara ulaşılmıştır. Bu bulgular girişimci katılımın öncelikli olarak bireysel ekonomik kazanç için olduğunu varsayan neoliberal girişimcilik söylemiyle çelişmektedir (Bakas, 2017).

3.2.4. Kadın Girişimcilere Yönelik Tutumlar

Kadın girişimcilere yönelik tutumları belirlemek amacıyla sorulan "ailenize ve çevrenize girişimcilik düşüncenizi açtığınızda nasıl bir tepki ile karşılaştınız?" sorusuna verilen cevaplar doğrultusunda oluşturulan kadın girişimcilere yönelik tutumlar teması "aile tutumu" ve "toplum tutumu" olmak üzere 2 alt temada

incelenmiştir. Kadın girişimcilere yönelik tutumlar temasına ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli Şekil 12'deki gibidir.

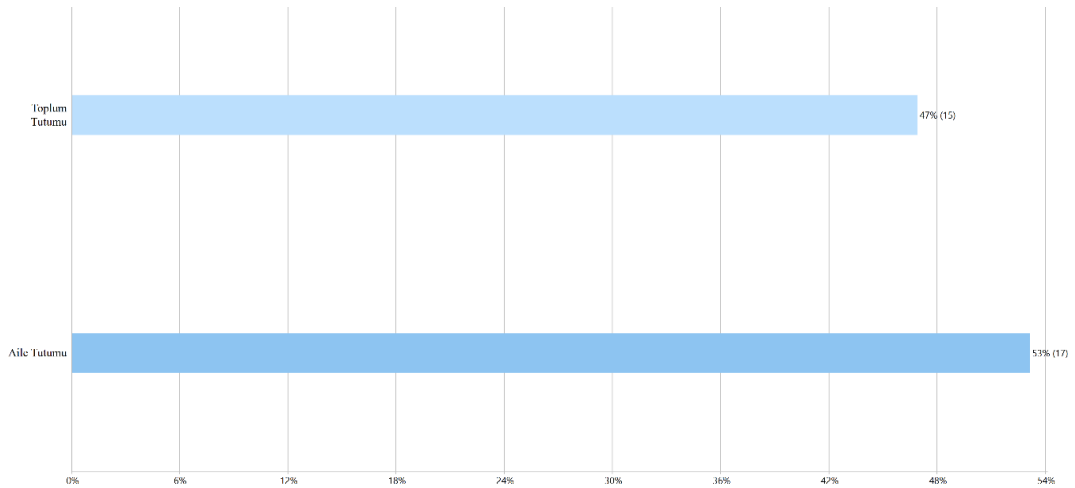
Şekil 12:Kadın girişimcilere yönelik tutumlar temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar “aile tutumu” alt temasına 15 defa, “toplum tutumu”alt temasına 17defa vurgu yapılmıştır. Kadın girişimcilere yönelik tutumlar temasına ait frekanslar Şekil 13’de gösterilmektedir.

Şekil 13: Kadın Girişimcilere Yönelik Tutumlar Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar kadın girişimcilere yönelik tutumlar temasına farklı yoğunluklarda vurgu yapılmıştır. Katılımcıların Kadın girişimcilere yönelik tutumlar temasına yönelik kod matrisi Şekil 14'deki gibidir.

Şekil 14: Kadın Girişimcilere Yönelik Tutumlar Temasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
▼ Kadın Girişimcilere Yönelik Tutumlar								0
Toplum Tutumu	■	■	■	■	■	■	■	15
Aile Tutumu		■	■	■	■	■	■	17
TOPLAM	1	5	9	8	4	2	3	32

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların “**Aile Tutumu**” alt temasına ait ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

"İlk eşime bahsettim. Ekoturizmi oturttum kafamda. Ben dedim bu köyde ekoturizm yapacağım. Dedi saçmalama. Olacak şeylerden bahset, bu olacak şey değil dedi... en çok desteği kızım, oğlum, Pınar hanım ve dönemin valisi verdi... Çocuklarım gurur duyuyor. Başta öyle değildi ama sonra başardıklarımı görünce." (K2)

"Eşimle konuştum. Beni dedelerimden kalan tıbbi bitki bilgilerim vardı, dedi ki ben senin başaracağına inanıyorum, şimdiye kadar hep sen benim arkamdan koşturdun. Sıra bende dedi... Eşim izin vermese yapamazdım. Çünkü öyle buralarda hep... Ailem, akrabalarım. Özellikle halam, evi uzakta olmasına rağmen az kadın geldiği için destek amaçlı geliyordu. Eğitimlere geldiler. İlk gün İlham Koçlu abim ve eşim sen bu işe başkan ol dediğinde. Bu işten vazgeçmeyeceğimi biliyordum... Zümran sende gel iletişimi iyi kuruyorsun" ya da "sohbet edelim" gibi ya da büyük bir yemek verilecek "Zümran gel bunu yönet" gibi şeylerle karşılaştığımdan ve yaptığımdan dolayı başarırırsın dediler. Ben de yüzlerini kara çıkarmadım. Başardık... Aile içinde, aile büyükleri ile yaşlılarımız çoğunlukla tepki gösterdiler. Dediler ki bizim toplumumuzda kadının toplantıda, dışarıda olması, bir kadın uçağa binecek, gidecek Ankara'ya toplantıya katılıp dönecek öyle bir şey yok dediler. Eşim dedi ki ilk başlarda ben gideceğim sonra yalnız gidecek. 8 Mart'ta İstanbul'da konuşmacıyım. Yalnız gideceğim. Önceden evden çıkamıyordum." (K3)

"maddi manevi ailem hep bana destek oldu. O anlamda ailem ile gurur duyuyorum... Eşim de her konuda destek oldu. Birlikte yürümenin mutluluğunu yaşadık o konuda da bir problem olmadı... Fikren eş, dost, aile herkes destek oldu... Kuzenim gelip gittikçe beni ağırlayarak çok güzel destek etti. En büyük desteğim burada Ece. Halen sürdürüyor. Kadın dayanışması yaşadık. O endüstri mühendisi. Mezun olduktan sonra biz birlikte yürütmeye başladık. Şimdi o artık daha ağırlıklı. En büyük desteği kızım diyelim." (K4)

" Ailem temkinli davrandı... Ailemden aldım. Kurucu ortaklar olarak kurduk. 2007 de aldık burayı. Kafamda, çantamda, çuvalımda fikirlerim vardı." (K5)

" Ailem zaten hiç uğraşma falan demedi." (K6)

" Kimse olağan üstü bir tepki vermedi. Ailem müdahale etmedi. Anneannemde girişimciydi. İlk güzellik salonunu açan kadındır... Ailem ve yakın çevrem destek verdi." (K7)

Tarihsel süreç boyunca kadınlarvar olma mücadelesi vermişlerdir. Çalışmalarda kadınların kendi işini kurma kararı süreçlerinde sosyal sermaye faktörü olarak ailenin önemli bir unsur olduğu kabul edilmektedir (Aşkın ve Barış, 2016: 73; Coleman, 1988: 109). Ancak tüm dünyada özellikle ataerkil düşünce yapısının baskın olduğu toplumlarda kadınların aile bireylerinin veya eşinin izni olmadan çalışmasına veya iş kurmasına karşı çıkılmakta ve çatışma yaşanmaktadır (Kocacık ve Gökkaya, 2005: 196; Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 493; Erkol, Bayram: 2018: 60; Toprakçı, Alp ve Aksoy, 2019: 137). Katılımcıların büyük kısmı ailesinden ve yakın çevresinden olumlu tepkiler aldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların iş kurma kararını daha çok aileleri ile beraber vermeleri kadın girişimciliğinde sosyal sermaye faktörü olarak ailenin önemini göstermektedir. Ayrıca akraba ve arkadaş destelerinin de sosyal destek mekanizması işlevi gördüğü söylenebilir. Bu bulgu konuyla ilgili yapılmış araştırmaları desteklemektedir.

Katılımcıların "Toplum Tutumu" alt temasına ait ifadeleri:

"Erkek toplumuydu. O dönem erkek lokantacılar beni şey yaptılar, kadın açtı ama ya 3 ay ya 6 ay. Kısa bir ömür ve beni amatör gördüler." (K1)

"Hem erkeklerden hem kadınlardan tepki gördüm. Beni en fazla yavaşlatan "etraf ne der" duvarıydı. Bu duvar beni 4 sene yavaşlattı... Kimse bana destek vermedi kendi çevremde. Biz 14 kadınla turizm yapıyoruz, okulu kullanıyoruz. Okulun kilidini değiştirip beni okuldan attılar. Hâlbuki hep beraber kullanabiliydik. Ben yinede gelen insaları onlarda satış yapsınlar diye oraya götürdüm." (K2)

"Ben bu işi planlıyorum dediğimde köyde ki insanlardan çok tepki gördüm. Tereddütleri vardı. Hayvan yeminden ne olacakla başladılar, "kadın bu işe girirse biz yokuz" dediler. Erkeklerimiz neden bu işte çalışmıyorlar da, biz bu işte çalışıyoruz dediler. Yani büyük kayaları, biz çakıl taşı olarak gördük öyle yolumuza devam ettik. Hiç vazgeçmedik... En başta erkekler denedikleri için" biz bu tıbbi bitki işinin anlamıyoruz, kadınların bu işi yapabileceğine inanıyoruz" dediler. Ama erkeklerin tahmini bizim buraya kadar gelebileceğimiz değildi. Onların tahmini işte tıbbi bitkileri öğrenirler, faydaları olur, zararı olmaz, hem kendilerini, hem bizi sağlıklı tutarlar diye düşündüler.... Sen yapabilirsin gözünde görüyorlar seni. Güvenleri arttı. Diyelim ki bir kadın eşini ikna edemiyor, çocuğunu ikna edemiyor. Gel sen Zümran hanımla konuş, gel diyorlar. İkna edici yönümde iyidir. Güven artışı oldu... Gelen kişiler erkeğin gücünden bahsetmiyor sadece, burada kadınlarda güçlüymüş, kadınlarda iş yapıyor, kadınlarda başarıyor diyorlar." (K3)

" Fikren eş, dost, aile herkes destek oldu... Beni bir yabancı gibi görmediler. İlişkilerimiz her zaman çok sıcak oldu onlarla. Ama bir güven duyular. O güveni benim hissettiğimi bildiler, o aramızdaki ilişkiyi güçlendirdi. Benim yanımda oldular. Ya da bir şey istemekten çekinmediler. Yani daha farklı bir ilişkiye dönüştü bizim ilişkimiz. Bölge halkı ile hiç sorunum olmadı. Kahveye gittim

oturduk, konuştuk. Birçok eşi yanımıza da aldık. Sıkıntı çıkaran bir kaç kişi oldu. Ama sonra katıldılar. Oda karşılıklı güvenle sağlandı bazı şeyler... Başlangıçta çok da sıcak bakmadıklarını söyleyebilirim. Yani bu Kastamonu için falan değil, genel olarak. Hala Kadın girişimci, belki girişimci sözcüğü bile yeni yeni kulaklarına dokunmaya başladı. Kadın girişimci nedir, başta kadın nedir, değeri nedir? Bunlar yeni yeni belki biraz sorgulanıyor ama genel bir sorun olarak hala gündemimizde. Bunda zaten sadece erkeğin değil kadının da birlikte kafa yorup, birlikte yol alması gerektiğini de düşünüyorum. Olgunun oturması için tek taraflı bir değişiklik ile olmuyor. İki tarafında hazmetmesi gerektiğini düşünüyorum süreci..." (K4)

"Herkes olmaz dedi, kurumlar dâhil olmaz dedi. Onlarda ikilemde. Buna karşı olanlarda ikilemde. Tamam, giriştin, kazansın, ama beni de dinlesin, şurada da dursun, burada da geçsin. Bunlar oluyor mu oluyor. Bunlar olacak ama sonra kendimiz olacağız. İllaki dar kapılardan geçilecek. Bunu baştan biliyorsan göze alıp, kimseye zarar vermek istemiyorsun ama sağlam duracaksın. Empati kuracaksın. Tarafsız bakış açısı. Doğaya zarar vererek kazanılmış hiç bir şey kar değildir." (K5)

"Kimse olumsuz tepki vermedi." (K6)

"İlk başta kadın iyi bir şey yapamaz diye düşündüler. Rant peşinde olduğumu düşündüler. Köyde istenmedim. Kovuldum. Kadınlar için fırın yaptırdım. Yıktilar. Köyün doğal dokusunu korumak istedim, köy sit alanı olacak diye korktular. Derneği kurduktan sonra benimle birlikte olan kadınlarla ve erkekler ile el birliği ile yaptık." (K7)

Toplumun genel baskısı, toplumsal cinsiyete ilişkin zorluklar ve kadının yeri evidir ve çocuklarının yanısıra düşüncesi kadınların girişimcilik sürecinde karşılaştıkları en büyük engellerdendir (Özdevecioğlu ve Çelik, 2000: 493; Toprakçı, Alp ve Aksoy, 2019: 138). Özellikle kırsal alanlarda turizm faaliyetleri gerçekleştirmek isteyen kadın girişimcilerin yaşadığı sorunların arasında, kadınların genelde toplumsal inanç yargılarıyla şekillenen kimliği ile aktif bir turizm girişimcisi olarak kabul edilmemesi, cinsiyet temelli kalıplaşmış algılar sayılabilmektedir (Erkol, Bayram, 2018: 61). Katılımcılardan K2, K3, K5 ve K7 sadece erkeklerden değil kadınlardan da tepki gördüklerini ifade etmişlerdir. Ancak olumsuz tepkilere karşın girişimcilik yapma arzusundan vazgeçmediklerini belirtmişlerdir. Bu durum Bourdieu'nün ifade ettiği gibi bireylerin kendi kültürüne göre tutumlarını şekillendirdiği, kurallardan sapmadan varlığını devam ettirebilmesinin bir şartı olduğu düşüncesini doğrulamaktadır. Bourdieu bunu zihinsel alışkanlık ve derinden içselleştirilmiş temel kalıplar olarak adlandırmaktadır. Bunu altında yatan neden de, feminist teorisyenlerin savunduğu ataerkil sistemde erkeklerin dil, bilgi ve güç yoluyla sosyal ve kültürel hayatın her parçasında iktidarı ellerinde tutarak kadınlar üzerinde eril tahakküm kurmaları ve kadınlarında da buna itaat etmeleridir. Kalıplaşmış ve içselleştirilmiş düşünce yapısı toplumun tüm bireylerini etkisi altına almaktadır.

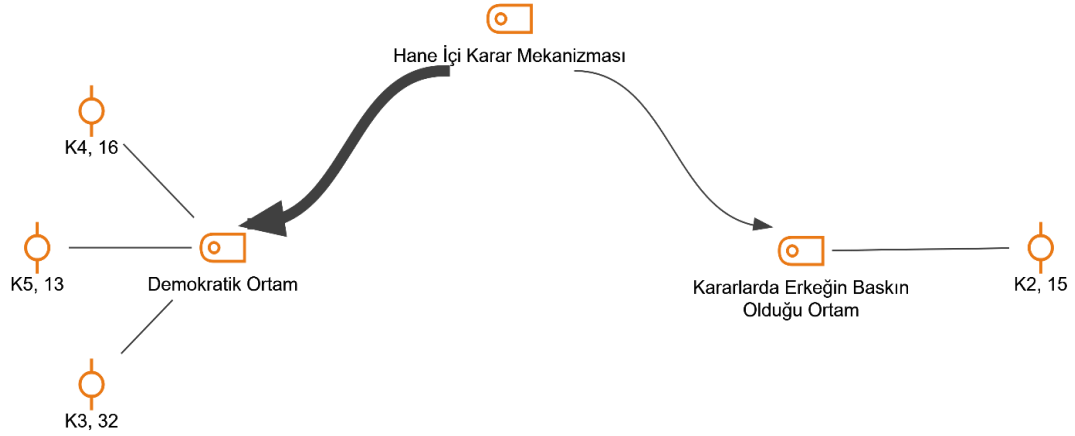
Ayrıca katılımcı K3 ve K4 konu ile ilgili görüşlerini belirtirken iletişim yoluyla ve tutum ve davranışları ile yarattıkları güven duygusuna vurgu yapmışlardır. Bireyin önce içinde bulunduğu aile daha sonra bağlı olduğu toplum ve bunların içerdiği güven/norm/iletişim üçlüsü bireyin sosyal sermayesini oluşturmaktadır (Çitçi ve Coşkun, 2012: 131). Putnam, sosyal sermayeyi, iletişim ağlarına aktif katılım ve bu katılımdan doğan karşılıklılık ile toplumsal güven normlarıyla bağlantılı olarak ele almaktadır (Field, 2008: 53). Katılımcılarında tecrübe ettikleri gibi, böylece kadın girişimciler; sahip oldukları sosyal ağlar, karşılıklı güven ve dayanışma ile elde ettikleri sosyal sermaye aracılığıyla ekonomik faaliyetlerindeki dezavantajları avantaja çevirebilmektedirler.

Diğer taraftan bu tema altında ifadelere dayanarak üzerinde durulması gereken diğer önemli konu katılımcı K3'ün ifade ettiği gelen misafirlerin tepkisidir. *"Gelen kişiler erkeğin gücünden bahsetmiyor sadece, burada kadınlarda güçlüymüş, kadınlarda iş yapıyor, kadınlarda başarıyor diyorlar..."* Özellikle kırsal bölgelerde gerçekleştirdikleri turizm faaliyetlerinin kadınların liderliğinde yürütülmesi gelen ziyaretçilerin takdir ve beğenisini toplamaktadır. Kadınlar doğup büyüdüğü yerlerde gerçekleştirdikleri girişimler ve gösterdikleri başarılar ile hem o bölgenin simgesi haline gelmekte hemde kadının toplumda konumlandırıldığı yer ve bakış açısında değişimlere neden olmaktadır.

3.2.5. Hane içi Karar Mekanizması Teması

Girişimciliğin hane içi karar mekanizmasındaki etkisini ölçmeye yönelik hane içi karar mekanizmasında girişimcilik öncesi ve sonrası herhangi bir değişiklik olup olmadığına yönelik sorulan soruya verilen katılımcı cevapları "hane içi karar mekanizması" teması altında toplanmıştır. Hane içi karar mekanizması teması "kararlarda erkeğin baskın olduğu ortam" ve "demokratik ortam" olmak üzere 2 alt temada incelenmiştir. Hane içi karar mekanizması temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli Şekil 15'deki gibidir.

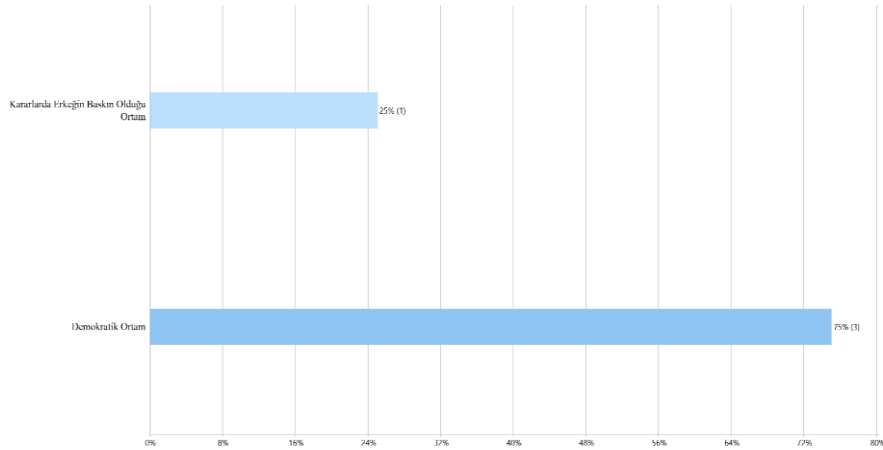
Şekil 15: Hane içi karar mekanizması temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar “kararlarda erkeğin baskın olduğu ortam” alt temasına 1 defa, “demokratik ortam” alt temasına 3 defa vurgu yapılmıştır. Hane içi karar mekanizması temasına ait frekanslar Şekil 16’da gösterilmektedir.

Şekil 16: Hane İçi Karar Mekanizması Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hane içi karar mekanizması temasına “K2”, “K3”, “K4”, “K5” kodlu katılımcılar vurgu yapmıştır. Katılımcıların Hane içi karar mekanizması temasına yönelik kod matrisi Şekil 17’deki gibidir.

Şekil 17: Hane İçi Karar Mekanizması Temasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
▼ Hane İçi Karar Mekanizması								0
Kararlarda Erkeğin Baskın Olduğu Ortam		■						1
Demokratik Ortam			■	■	■			3
Σ TOPLAM	0	1	1	1	1	0	0	4

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılardan K2'nin vurgu yaptığı kararlarda **"Erkeğin Baskın Olduğu Ortam"** alt temasına yönelik ifadeleri şu şekildedir:

"Girdabın içindeydim. Kocam dikkatli baktığım yere bir daha bakardı. Eşim her şeye karar verirdi. Her işi ben yapardım. Nereye ne verilecek o karar verirdi. Her şey ona bağlıydı her şey. Ama her işi ben yapardım. Eşim hiç bir işin ucundan tutmazdı. Artık bu durum değişti. Karar mekanizması değişti." (K2)

Ataerkillik kavramı, erkeklerin hâkimiyet ve gücünün aileden başlayarak toplumun her kesiminde yarattığı etkilerle kendisini göstermektedir. Özellikle son yıllarda basın ve sosyal medya aracılığı ile şahit olunan aile içi şiddetin de temelini oluşturan bu düşünce yapısı, kadının değersizleştirilmesi, söz hakkının olmaması ve ekonomik hayata katılımında insiyatif alamamasına kadar pek çok konuda etkisini göstermektedir. Ataerkil istemde aile içi ilişkilerde, baba ölünceye kadar ailede tek söz sahibi ve ailenin reisi konumundadır ve kadının baba evinde ve koca evinde söz hakkı bulunmamaktadır (Korkmaz, 2022: 60). Bu nedenlerle toplumsal cinsiyet rollerine dayanan ataerkil düşünce yapısı özellikle kadın girişimciliğinin önündeki engellerden bir olarak kabul edilmektedir (Topateş ve diğerleri, 2022: 1052). Ancak kadın girişimciliğinin ve kadının güçlendirilmesi yaklaşımının toplumsal ve bireysel çıktıları arasında kadının hane içi söz hakkı kazanması ve beraberinde ekonomik özgürlüğünü kazanması sayılmaktadır.

Demirel ve Bakırtaş (2022) kadınların güçlendirilmesinin onların ekonomik, sosyal, politik ve dışsal iletişim-sosyal ağı üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu araştırdıkları çalışma sonucunda evli kadınların iş yaşamında güçlendirilmesinin, evlilikleri üzerinde olumsuz etki oluşturduğu sonucuna ulaşmışlardır. Diaz-Carrion (2018) ise çalışmasında, normatif cinsiyet rollerine meydan okumaya çalışan kadınların, genellikle eşlerinden boşanmak gibi sosyal fedakârlıklar yaptıkları

yönünde bulguya ulaşmıştır. Ancak bu araştırma bulguları bunun tam tersi yönünde olmuştur.

Katılımcıların "**Demokratik Ortam**" alt temasına yönelik ifadeleri:

" Kararlar ortak alınıyor." (K3)

"Herkes kendi kararını kendi veriyordu. Demokratik bir aile ortamı vardı. Büyüdüğüm ortamda öyleydi, sonra kurduğum kendi çekirdek ailemde öyle idi. Ben şanslı gruptayım. Herkes birbirinin yanında olmaya çalıştı. Sen bunu yapacaksın, ben bunu yapacağım gibi bir görev dağılımımız olmadı. Mutfağa eşimle beraberde girerdik. Çocukların eğitiminde müşterek kararlarımız vardı. Her şekilde konuşabilen bir aileydik. Bizde olumlu oldu. Olumsuz bir etkisi olmadı. Şöyle oldu daha yoğun bir tempoda çalışabildiğimiz için daha az görüşebildiğimiz oldu zaman zaman. Olması gereken noktada diğeri devreye girdi. Bugünde öyle." (K4)

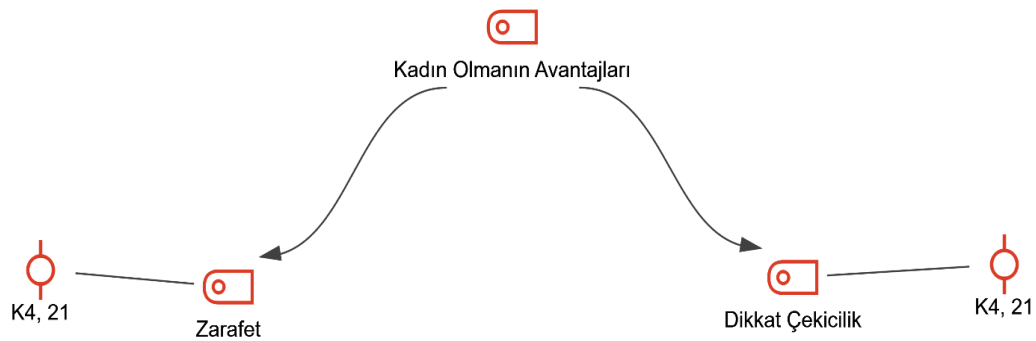
"Birbirini anlamak, empati. Bizim evde toplanır herkes. Köşe başı gazinosu gibiydik biz." (K5)

Katılımcılar sahip oldukları demokratik ortam nedeniyle süreç boyu karar mekanizması açısından herhangi bir sıkıntı yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

3.2.6. Kadın Olmanın Avantajları Teması

Kadın Olmanın Avantajları teması "dikkat çekicilik" ve "zarafet" olmak üzere 2 alt temada incelenmiştir. Kadın Olmanın Avantajları temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli Şekil 18'deki gibidir.

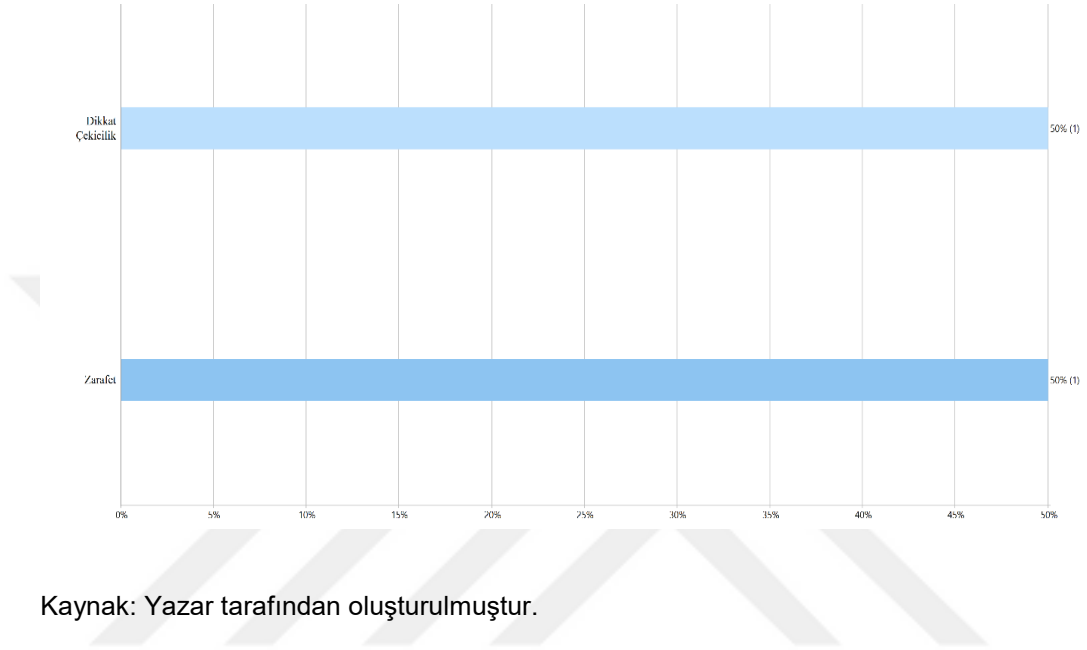
Şekil 18: Kadın Olmanın Avantajları temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar “dikkat çekicilik” alt temasına 1 defa, “zarafet” alt temasına 1 defa vurgu yapılmıştır. Kadın olmanın avantajı temasına ait frekanslar Şekil 19'da gösterilmektedir.

Şekil 19: Kadın Olmanın Avantajları Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kadın Olmanın Avantajları Temasına sadece katılımcı K4 vurgu yapmıştır. Kadın Olmanın Avantajları Temasına yönelik kod matrisi Şekil 20'deki gibidir.

Şekil 20: Kadın Olmanın Avantajları Temasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
▼ Kadın Olmanın Avantajları								0
Dikkat Çekicilik				■				1
Zarafet				■				1
Σ TOPLAM	0	0	0	2	0	0	0	2

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcının “ **Dikkat Çekicilik**” alt temasına yönelik ifadeleri
 "Dikkat katmak. Kadın eli değdi derler ya o çok önemli." (K4)

Katılımcının “**Zerafet**” alt temasına yönelik ifadeleri

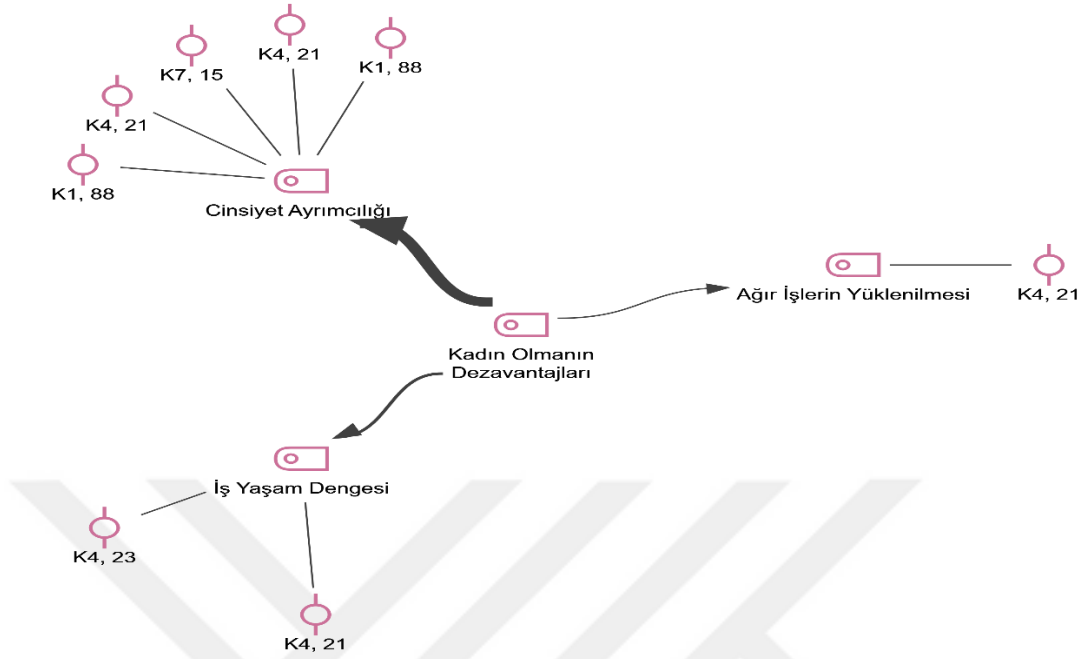
"Kadın olmanın avantajı sektöre zerafet katmak. Bir kere onu söyleyeyim." (K4)

Kadın girişimcilerin farklı sektörlerde yer alması ile birlikte, kadın empatisi, hizmet kalitesine odaklanma ve daha şefkatli istihdam koşulları gibi temel kadınsı nitelikler tanımlanmaya başlanmış ve bu tür özellikler, erkek egemenliğinde ki girişimciliğin sert kenarlı imajına daha yumuşak bir etki getirmiştir (Ahl ve Marlow, 2012: 561). Bu durum, kadınların farklılığını yücelten, böylece dışıl olanın değersizleştirilmesine meydan okuyan ve nihayetinde ataerkil cinsiyet düzenine karşı çıkmaya çalışan feminist bakış açılarını da desteklemektedir (Bowden ve Mummery, 2009; Bradley, 2007). Kendilerine güvenen ve pozitif duruş sergileyen kadınların sahip olduğu zarafet ile kadınlar çevrelerine huzur ve güzellik katarak iş ve sosyal hayatında başarılı olmasını sağlamaktadırlar (Boğaziçi Campus, 2024). Hizmet sektöründe sunulan ürün veya hizmet, müşteri tarafından sadece fiziki özellikleri ile değil bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle hizmet alınan yerin genel görünümünden ambalajına, hizmet veren kişinin genel görünümünden, konuşmasına, müşteriye gösterdiği, ilgi ve alaka, müşteri beklentilerinin incelik ve zarafetle karşılanmasında işletmeye rekabet avantajı sağlayan aynı zamanda müşterinin algıladığı değer üzerinde etkili olan değer yaratıcı özelliklerdir (Gönenç, Güler, 2009: 75).

3.2.7. Kadın Olmanın Dezavantajları Teması

Kadın Olmanın dezavantajları teması “cinsiyet ayrımcılığı”, “iş yaşam dengesi” ve “ağır işlerin yüklenilmesi” olmak üzere 3 alt temada incelenmiştir. Kadın Olmanın dezavantajları temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli Şekil 21'deki gibidir.

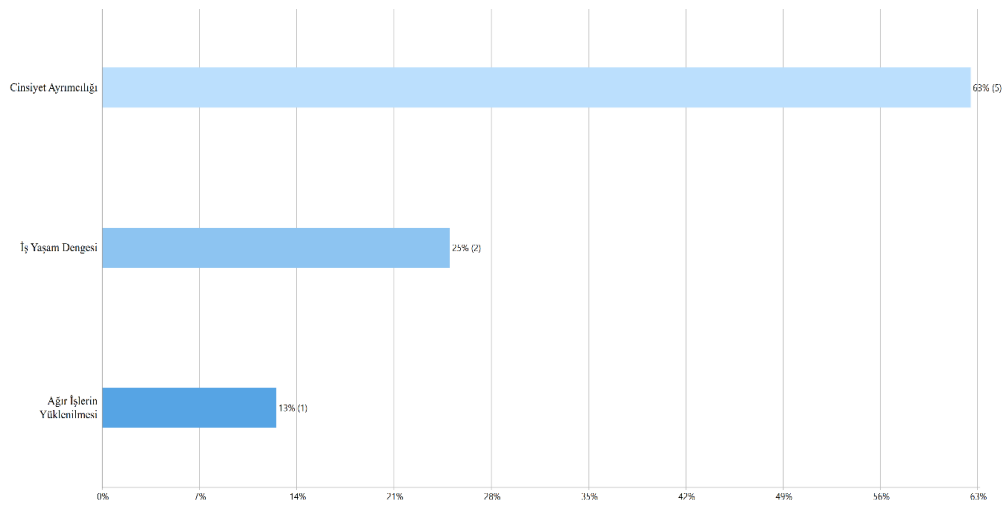
Şekil 21: Kadın Olmanın Dezavantajları Temasına Ait Kod Alt kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar “cinsiyet ayrımcılığı” alt temasına 5 defa, “iş yaşam dengesi” alt temasına 2 defa, “ağır işlerin yüklenilmesi” alt temasına 1 defa vurgu yapmışlardır. Kadın Olmanın Dezavantajları Temasına ait frekanslar Şekil 22'deki gibidir.

Şekil 22: Kadın Olmanın Dezavantajları Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar Kadın Olmanın dezavantajları temasına “K1”, “K4”, “K7” vurgu yapmışlardır. Kadın Olmanın dezavantajları Temasına yönelik kod matrisi Şekil 23’de gösterilmektedir.

Şekil 23: Kadın Olmanın Dezavantajları Temasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
▼ Kadın Olmanın Dezavantajları								0
Cinsiyet Ayrımcılığı	■			■			■	5
İş Yaşam Dengesi				■				2
Ağır İşlerin Yüklenilmesi				■				1
Σ TOPLAM	2	0	0	5	0	0	1	8

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların “Cinsiyet Ayrımcılığı” alt temasına yönelik İfadeleri

"Bu sektörde kadın olmak çok zor. Çünkü sen her zaman erkeğin girdiği yerlere giremiyorsun, onun kurduğu ikili ilişkileri kuramıyorsun, erkek dışarıda kurgularını kuruyor, ekip olabiliyor. Ama senin dünya bu kadardır. Bu camın dışına çıkamıyorsun. Kiminle gidip bir yerde bir kahve içeceksin, yemek yiyeceksin. İş bağlayacaksın. Zor tabi çok zor... Şu an benim tek kazancım beni ayakta tutan benim herkes tarafından onaylanmam. Herkesin beni görmek istemesi, emeğime saygıları. Yoksa erkekli toplum seni yutar. Güçleri yetmiyor, benim menümle yürüyorlar." (K1)

"Bir kere erkeklerin dünyasında mücadele etmek durumunda kalıyorsunuz. Kendinizi kabul ettirmek için belki hem normalin üstünde çalışmanız hem daha fazla bilgiye sahip olmak yani bir gücü temsil etmeniz gerekiyor diye düşünüyorum... Teknik kadroda, yönetici kadrosunda az kadın olması." (K4)

"Kadın iyi bir şey yapamaz diye düşündüler. Rant peşinde olduğumu düşündüler. İlk başlarda köyde istenmedim. Kovuldum. Ben tekrar girdim." (K7)

Ataerkil yapıdan kaynaklı toplumsal değerler ve gelenekler nedeniyle toplumun kadına bakış açısı kadınların girişimciliğe başlarken ve sonraki süreçlerde karşılaştığı sorunlardan en önemlisi olarak kabul edilmektedir.. Toplumsal olarak kurgulanan cinsiyetçi işbölümüne göre “eve para getiren erkektir” ve “kadının yeri evidir” düşüncesi hala geçerliliğini korumakta ve kadınların büyük bir bölümü bu nedenle toplumsal destek görmemektedirler. Katılımcı K1 ve K4’ün ifadelerinde de görüldüğü gibicinsiyete dayalı işbölümü kadınlar ve erkekler arasında hiyerarşi ve sömürüye dayanan bir ilişki biçimi yaratmaktadır. Bu durum, ev içinde ve sosyal hayatta görülen ayrıcalık ve ayrımcılık yapılarını meydana getirmektedir. Ayrıca özellikle turizm sektöründe cam tavan, kadınların üst pozisyonlarda yer almasını

engellerken, sektöre yönelik olumsuz algılar, kadınların toplumsal bakış açısı ile tecrubesiz, narin, kırılgan kabul edilmesi kadınları sürekli kendilerini ispatlama çabasına sokmaktadır.

Katılımcıların "**İş Yaşam Dengesi**" alt temasına yönelik ifadeleri

"Hem iş, hem de ev işlerine zaman ayırmak zorunda kalması. Bu zincirin kırılması gerekiyor. Yani kadın olmanın dezavantajları var... iş verimliliğinin evde sağlanmış olması, kadından o şekilde yararlanma, üstelik çocuk bakımı, yaşlı bakımı. Her türlü ihtiyacın kadın tarafından giderileceği düşüncesi tüm bunlar kadının hem zamanını hem emeğini çalan şeyler." (K4)

Ataerkil düşünce yapısının baskın olduğu toplumlarda, geleneksel zihniyetle kadınlara biçilen roller nedeniyle çalışma hayatında yer alan kadınların ev içi rol ve görevlerini ihmal etmemesi ve öncelik tanınması beklenmektedir Biernacka ve diğerleri (2018) çalışmalarında, kadın girişimcilerin ekonomik güçlenmeleri ile aile ilişkileri arasında negatif yönlü ve güçlü bir ilişki bulmuşlardır. Çalışmada erkeklerin gözünden kadının yeni bir işe başlaması, çalışabilmesi için alan yaratmak amacıyla var olan düzende değişiklikler yapmasını gerektirdiğinden bu durum kadının evi ve ailesi için tehdit edici bir hareket olarak kabul edilmektedir (Biernacka ve diğerleri, 2018: 66). Thomas ve Jose (2018) ise, aile içi sorumluluklar ile toplumsal dayatmaların kadın girişimcileri çalışma hayatını kısıtladığını ortaya koymuşlardır.

Katılımcıların "**Ağır İşlerin Yüklenilmesi**" alt temasına yönelik ifadeleri

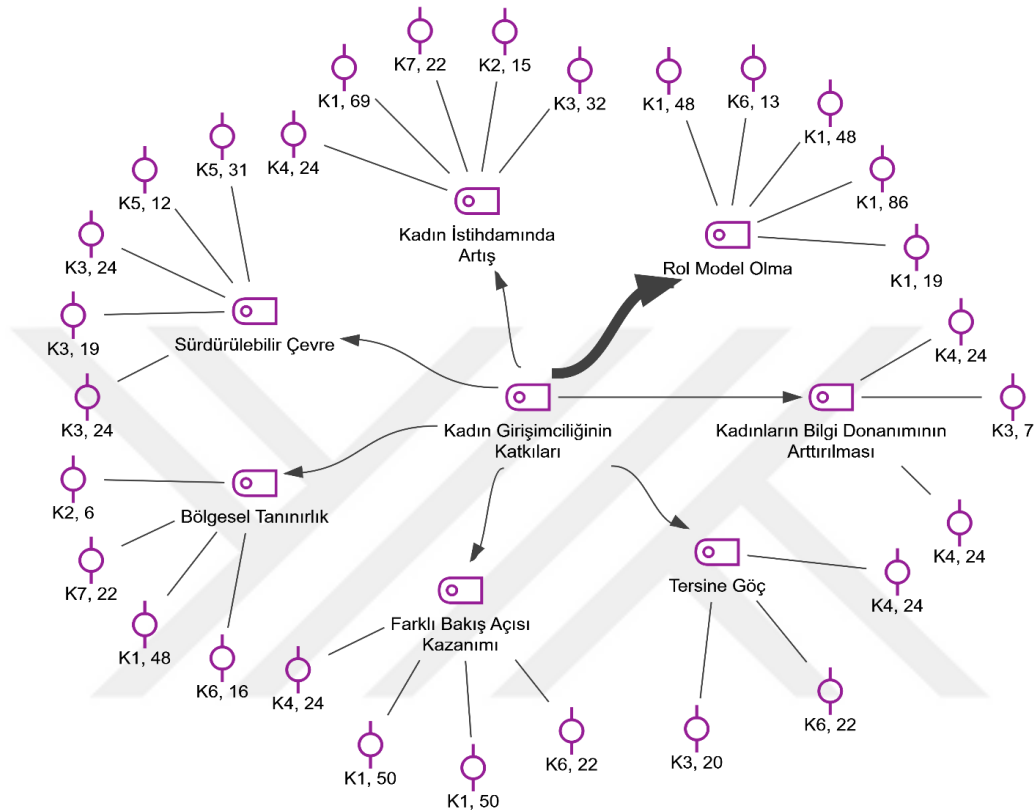
"Sektör adına daha ağır işlerin kadınlara veriliyor olması." (K4)

Kadın emeğinin en yoğun olduğu turizm sektöründe iş şartlarının zorluğu, düzensiz ve uzun saatler çalışma gerektirmesi, temizlik, mutfak gibi emek yoğun işlerin kadınlara yüklenmesi, emeklerinin karşılığını alamamaları sektörde kadınlar açısından dezavantajlı durum yaratmaktadır (Tüzüncan, 2019: 81). Parrett tarafından hazırlanan araştırma raporuna göre (aktaran, Costa ve diğerleri, 2010: 38), turizm, istihdamı belirgin şekilde kadınlaştırılmış, düşük ücretli ve güvencesiz bir sektör olmasının yanı sıra, geceler ve hafta sonları gibi 'toplum dışı saatlerde' çalışmayı gerektiren bir sektör olarak kabul edilmektedir.

3.2.8. Kadın Girişimciliğinin Katkıları Teması

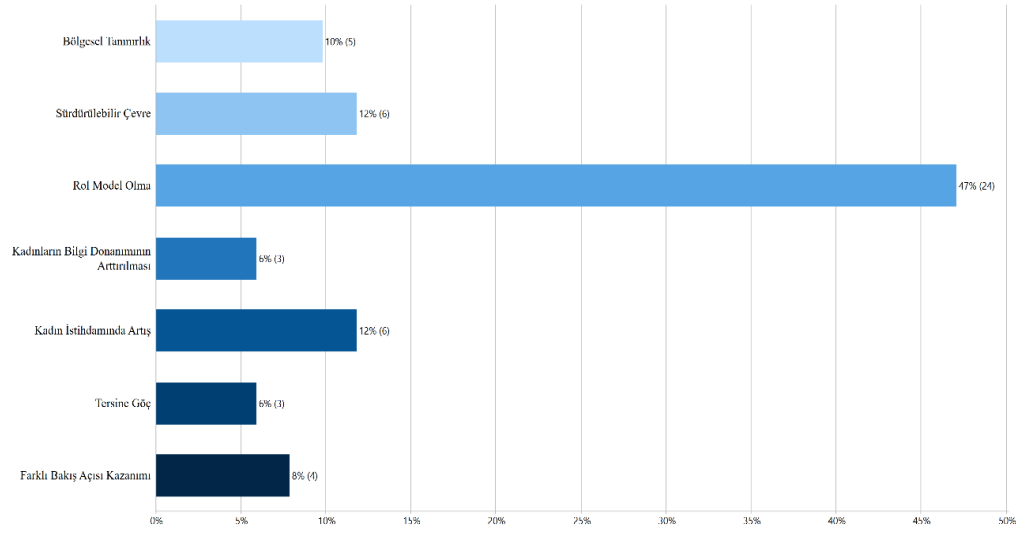
"Kadın girişimciliğinin katkıları teması altında", araştırmaya katılan katılımcıların girişimcilik sonucunda toplumsal ve ekonomik anlamda yarattıkları değişimler ve gelişmeler belirlenmeye çalışılmıştır. Kadın Girişimciliğinin Katkıları teması "rol model olma", "kadın istihdamında artış", "sürdürülebilir çevre",

“bölgesel tanınırlık”, “farklı bakış açısı kazanımı”, “tersine göç” ve “kadınların bilgi donanımının artırılması” olmak üzere 7 alt temada incelenmiştir. Kadın Girişimciliğinin Katkıları temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli Şekil 24'deki gibidir.



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 25: Kadın Girişimciliğinin Katkıları Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar "Kadın Girişimciliğinin Katkıları"temasına farklı yoğunluklarda vurgu yapmışlardır. Kadın Girişimciliğinin Katkılarıtemasına yönelik kod matrisi Şekil 26'daki gibidir.

Şekil 26: Kadın Girişimciliğinin KatkılarıTemasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
▼ Kadın Girişimciliğinin Katkıları								0
Bölgesel Tanınırlık								5
Sürdürülebilir Çevre								6
Rol Model Olma								24
Kadınların Bilgi Donanımının Arttırılması								3
Kadın İstihdamında Artış								6
Tersine Göç								3
Farklı Bakış Açısı Kazanımı								4
Σ TOPLAM	16	5	11	5	6	4	4	51

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların "**Rol Model Olma**" alt temasına yönelik İfadeleri aşağıda yer almaktadır:

"Arkamdan gelecek kadınlara bir iz açabilmek... Ben günlük yemekler yaparak başladım. Benden başka yapan kadın yoktu. Kadın olarak ilkim... Arkamdan gelecek olan kadınlara öyle güçlü bir model olayım ki, erkek toplumunda kadın iş yapınca erkek ona hayır diyemesin. Demesin ki falan bu işi yaptı da ne oldu? Kötü model olmasın, kötü örnek olmasın. Onun için tabuları alıştırma alıştırma, yavaş yavaş değiştirdim, toplumda yol aldım... Ben sanki onlara bir okul gibi, görmediklerini görüyorlar... Beni rol model olarak davet ettiler... Benim menümlerim bir şehir yürüyor... Sonradan bu her işletmede moda oldu. Çünkü gelende memnun kaldı, bir farklılık gördü... Şimdi rol model güçlü olunca şimdi ben bu memleketin, bu bölgenin ilk kadın girişimcisiyim. Güçlü olunca bu sefer öbür kadınlara da söz hakkı, iş alanı açıldı. Çünkü çok güzel bir iş yaptım. Kadının yapabileceği bir alan. Kadının işi mutfak. Kadının işi bu. Onun için arkamdan gelecek olan işletmecilere, kadın çalışanlara da ben Kars'da karda bir iz açtım. Benim girişimciliğim ilmek ilmek emek. İlk olmak, emek başka bir şeydir... Türkiye'de bir ilk." (K1)

"Bir akrabam ben nasıl akıl edemedim, Bedriye etti deyip kıskançlığından burada kadın kooperatifi kurdu... İlk ben çadır kampı ile başladım. Vişne bahçeme 12 çadır kurduk, evime de 4 aile yerleştirdik " (K2)

"Bir rol model olabilmek, birine örnek olabilmek... Biz tıbbi bitki eğitim almaya başladık. Yağlar çıkarıyoruz, kremler yapıyoruz. Önce beş kurucu kadınla başladık. Sonra diğerleri geldi. Sonra öbürleri geldi. Birisinin torununun eli yanmış geldi aman Zümrün ne yapalım da iz kalsın dedi. Kantaron yağı sürdük. Çok iyi geldi. Onu öyle kazandık. Birisi ben peynirimi satamıyorum siz başladınız bize de destek verin, birisi öyle, derken 45 kadın, 15 erkek üye oldu... Diğer hanelerde de kadınlar rest çekmeye başladılar... Bizim bu köyün örnek olması 7 proje çevre köylerde dâhil buna. Onları gördükçe, kendilerini ifade ettiğini gördükçe, biz daha çok ümitlendik. Başardık... Gelen gruplar, gruplarda ki çocuklar, kırsalda ki kadının çabasını görsün istiyoruz, hedefimiz örnek olmak... Hapishanelerden bana çok mektup geliyor. Hapishanedeki kadınların bana mektup yazması, seni televizyonda çok izledik. Çıktığımızda biz de artık girişimci olacağız, üretici olacağız. Hayattan vazgeçmeyeceğiz. Sen bize örnek oldun, bize ümit verdin demeleri. Bana daha çok güven veriyor. Kendimi daha iyi hissediyorum o zaman" (K3)

"Başkalarıda eko köy kurdular, elimden gelen desteği verdim. Biz bir yol açtık. Orman anaokulları artmaya başladı. Çocuklar doğayla tanışıyorlar... Gençleri yönlendiriyorum oraya eğitim alsınlar, yapsınlar, iş kursunlar diye. İyiye çoğaltmak lazım. İyilik çoğalsın umut daim olsun. Buraya gelirler, arkadaşlar, elimden geleni esirgemenden elimden geleni yaparım. Çocuklara öğretmek konusunda, okullarla çalışırım. Samsun fen lisesi iki kız bir oğlan. Bir şey üzerinde çalışıyorlar. Zoom üzerinden soruları cevapladık. Dedeleri demiş ki öğretmeniniz çok emek verdi siz ne yaptınız demiş. Torununa 100 yıllık kavun tohumu var göndersem kabul eder mi? Sonra dede torun bizim eğitimlerimize katıldı. Çocukların önünü açıyoruz... İlk örnek olduğumuz için çok talep görüyoruz.. Yanımızda çalışan kadınlardan kendi işlerini kurabilecekler var. Yaparlar. Kendilerine güven geldi. Pek çok kadın var bana yazıyorlar. Ne kadarına yeterim bilmiyorum. İş birliği yapıyoruz. " (K5)

" İlham olmak önemli." (K6)

"Benden sonra başka kadınlarımızda işletme açtılar. Kadınları teşvik ettim sizlerde açın diye. Birbirimiz ile alışveriş yapıyoruz. Ürünlerini kullanıyoruz...

Bizim dernekten sonra muhtar ve diğerleri tarafından bir dernek daha kuruldu. İlk olarak bir butik otel kurdum sonra bir kahvaltı yeri açtım. Benim ardından 3 kadın daha işletme açtı. Festivaller yapıyoruz. Bu arada bizden sonra küçük köyde bir dernek daha kuruldu ama bu iyi oldu. Onu da muhtar kurdu. Onlar bir festival yapıyorlar bizde başka bir festival. Bu iyi oldu zenginlik kattı. Onlar çiçek festivalini bizde güz ve kadın festivalini yapıyoruz. Hem sonbaharda hem ilkbaharda yapılan iki festival ile köye insanlar geliyor." (K7)

Girişimcilik ekosisteminde erkeklerin kadınlardan daha fazla yer alması ve girişimciliğin erkek egemen bir süreç olarak görülmesi sonucu, uzun yıllardır kadınlar girişimcilik yolunda kendilerini cesaretlendirecek ve kendilerine rol model alacakları kadın girişimcilerden yoksun kalmışlardır (Soysal, 2010: 104). Ancak özellikle ataerkil toplumsal yapı içerisinde yaşayan kadınların cinsiyet engellerinin aşılabileceğini gösteren kadın kariyer rol modellerinden daha fazla ilham aldığı savunulmaktadır. Hoyt ve Simon (2011) tarafından yapılan araştırma, kritik özelliğin liderlik seviyesinin ne kadar uzakta olduğu değil, kadınların bu kadın rol modelleriyle ne kadar özdeşleşebildiği olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, aynı cinsiyetten rol modeller daha etkili olabilir ancak başarıları tekrarlanabilir görülen "gerçek" kadınların rol model olması önemlidir. Literatürde, deneyimli girişimcilerin ve başarılı rol modellerinin varlığının, potansiyel girişimcilere olumlu mesajlar ilettiği aynı zamanda iş kurma süreçleriyle ilgili belirsizliği azaltan bilgiler sağladığı savunulmaktadır (Gnyawali ve Fogel 1994; Hotho ve Champion 2011; Urbano ve Yordanova 2008). Tersine, girişimcilere yönelik olumsuz tutum, rol modellerinin eksikliğiyle birleştiğinde, insanları iş hayatına girmekten caydırabilmektedir (Gnyawali ve Fogal, 1994: 49).

Ataerkil toplumda kadın olmanın zorluğunu bire bir tecrube eden katılımcılar rol model eksikliğinin zorluğunu da deneyimlediklerini ve bu nedenle kendilerinden sonra gelecek kadınların önünü açmak için davranış ve tutumlarıyla güven ortamı sağlayarak yavaş yavaş ve sakince mücadele verdiklerini ifade etmişlerdir. Doğru işler yaparak toplumda kabul görmeleri onların diğer kadınlar tarafındanda rol model olarak görülmelerinde etkili olmuştur. Hikayesine diğer kadınları da dahil ederek süreci başlatan katılımcı K3, şu an geldikleri noktayı ilmek ilmek işleyerek, eğitimler alarak ve aldırarak kadınların farkındalık ve özgüven geliştirmelerine yardımcı olmuştur. Girişimcilikteki başarıları ile kadınlar, başka insanlara ama özellikle kadınlara ilham olmuşlardır. Dünyanın çeşitli ülkelerinden ve yurtiçinden sadece onları ve başarılarını, emeklerini görmek için ziyaretçiler gelmektedir. Bu nedenle literatürde son zamanlarda sıklıkla bahsedilen rol model eksikliği gidermedeki payları yadsınamazdır.

Katılımcıların **"Kadın İstihdamında Artış"** alt temasına yönelik ifadeleri

"Kadın emeğini de ekonomiye dâhil ettim... Şehir ekonomisinde istihdam yarattım. Artı kadın emeğini ekonomiye dâhil ettim. Hem çalışma, sahada çalışma alanında, hem kaz yetiştirme alanında. Kadına cesaret ekonomiye de can verdim." (K1)

"Burada bir komşum vardı. Eşi çalışmıyor, kayınvalidesi evde. Onunla aş var sadece. Bir gün bana Bedriye dedi sana çok teşekkür ederim bu iş için." (K2)

"Kadında artık parasını kazanabiliyor. Kadınlar artık kendi ihtiyaçlarını kendisini alabiliyor. Burada da söz hakkı oluşuyor." (K3)

"Çalışanlarımızın büyük bölümü kadın." (K4)

"Kadınlarımız çalışıyorlar, üretiyorlar." (K7)

Türkiye’de kadınlar, eğitim düzeylerinin düşük olması, ataerkil yapı, kadınların ücretsiz emek sarfettikleri ev işi, çocuk, yaşlı, hasta bakımından sorumlu tutulmaları, kadının yeri evidir şeklindeki cinsiyetçi yaklaşımlar ve cinsiyet temelli iş bölümü gibi sosyo-kültürel engeller nedeniyle istenilen oranda istihdama katılamamaktadırlar. Kadın girişimciler erkek girişimcilere oranla, hem işyerlerinde istihdamda hemcinslerine daha fazla yer vermekteler hem de daha fazla sağlık, eğitim gıda gibi ailelerine fayda sağlayacak konularda ve toplumsal konularda harcama yapmaktadırlar (Erkol, Bayram, 2018: 61; Siba, 2016; Nichter ve Goldmark, 2009). Fas’ta kadınların bir kısmı kendi işlettikleri otellerde yine kadınları çalıştırmaktadırlar (Almeida, 2012). Araştırmaya katılan fark yaratan kadın girişimcilerde işletmelerinde kadınlar ile çalışmayı tercih ettiklerini ayrıca yörelerindeki kadınların ürünlerini ve el emeklerini satın alarak ya da işletmelerinde satarak onlara ek gelir sağladıklarını belirtmişlerdir. Örneğin katılımcı K4 otelin dekorasyonu sırasında yöre kadınlarının ürettiği el emeği ürünleri kullanmayı tercih ettiğinin belirtmiştir. Böylece kadın girişimciler istihdam sağlayarak kadının ekonomik anlamda güçlenmesini sağlamaktadırlar.

Katılımcıların **"Sürdürülebilir Çevre"** alt temasına yönelik ifadeleri şu şekildedir:

"Birleşmiş Milletlere sunduğum “ Sürdürülebilir Kars Kazı” Projem vardı. Sahada çok başarılı oldu ve sloganım “Kars kazı yemeyen kalmasın” dı." (K1)

" Kaybolan tohumlarımızı çoğalttık. Özel bir buğdayımızın özelliğini öğrendik... Sürdürülebilirlik çok önemli... Zahot ırkı hayvanımız var. Bunun kaybolmaması için yıllardır çaba gösteriyorduk" (K3)

"Ekosistemi koruyarak, muhakkak orada ki kurallara uyarak da, kök değerlere değer vererek bir sürü şeyler yapıyoruz... Okul bahçeleri kurduk atalık tohumlardan. Benim aklım bunlara eriyor canım. Yetiştirebildiğim kadar." (K5)

Kırsal turizm, kültür, tarım ve doğal çevre ile bütünleşen ve diğer alternatif turizm türleriyle kolay entegre olabilen bir turizm türüdür. Kırsal turizmin doğa temelli olması nedeniyle temel özellikleri arasında özellikle tarımsal ürün çeşitliliğinin korunmasına katkıda bulunması, doğa temelli olması ve doğayı değerlendirirken sürdürülebilirliğin dikkate alınması, yerelliğin ve yöreselliğin ön planda tutulması, ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel amaçlar gütmesi sayılmaktadır (Boyacıoğlu, 2014: 83). Özellikle kırsalda yaşayan ve kırsal turizm, ekoturizm yapan kadınların bu bilinçle hareket ettiği gözlemlenmiştir. Temiz gıdaya ulaşımın önem kazandığı, hibrit tohum üretiminin arttığı bu dönemde tohumların ve organik tarımın öneminin farkındalığıyla hareket eden kadınlar gelecek nesilleri de düşünerek farklı bir sorumluluk duygusuyla turizm sektöründe çalışmaktadırlar.

Katılımcıların “**Bölgesel Tanınırlık**” alt temasına yönelik ifadeleri

"Ben yöresel ve gelenekseli paraya dönüştürerek bölgeyi turizme tanıttım... İnsanın belleğinde kalmak. Kıbrıslı geliyor, belleğinde kalmışım, New York' dan gelenlerim var belleğinde, Avusturalya Sdney' den gelenler var. Selam gönderenler var." (K1)

"Paylaşıyorum sosyal medyada. Köyden canlı yayın yaptım, yazılar paylaştım sürekli. Televizyon programlarına sıra dışı okur kimliğimle gittim, köyümü tanıttım." (K2)

"Sadece Türkiye'den değil, dünyadan insanlar geliyor." (K6)

"Köy hareketlendi. Yazın araba park etmeye yer bulunmadığı zamanlar oluyor. Bunu oranın yerel yaşayanları ile devam ettirmeye çalışıyorum." (K7)

Turizm sektörü ile kalkınma arasında doğrusal bir ilişki olduğu kabul edilmektedir. Bölgesel gelişmişlik farklarının giderilmesinde önemli rol oynayan turizm sektörü ile bu farklar en aza indirilerek turizm potansiyeli olan bölgelerin turizme kazandırılmasına ve bölgesel kalkınmaya etki etmektedir. Kadın girişimciler, kullanımayan kaynakları değerlendirerek, turizme yeni destinasyonlar katmışlar ve dikkat çekici faaliyetler gerçekleştirerek bölgelerin hem yerel ve uluslararası ziyaretçilerin çekim noktası haline getirilmesinde hem de turizm pazar payına katkı sağlanmışlardır.

Katılımcıların “**Farklı Bakış Açısı Kazanımı**” alt temasına yönelik ifadeleri

"Erkeksi bir toplumda akıllı, güvenli, düzgün öyle bir imaj bırakmışım ki, kızını, gelinin, eşini orada çalışabilir diye gönderdiler ve bura bir okul gibi oldu. Hem erkekler eğitildi hem kadınlar. Erkeklerde eşinin kötü bir iş yapmadığını anladı, kadınlar parayı tanıdılar... Kadınlarda yaptıkları işlerden para kazandıklarında keyif aldılar. Sigortayı anladılar, zamanı anladılar, çalışma saatini idrak ettiler, iş sistemini idrak edebildiler." (K1)

"Burada sadece kadınlar olarak da değil, bir kere turizme bakış açıları değişti. Yani turizmin ne olduğunu, nasıl yapılması gerektiği hakkında bilgilendiler. Bu olgu gelişti. Üstelik kendileri de turizmin herhangi bir şekilde bir ucundan tutarak

kendilerine fayda sağlayabileceklerini öğrendiler. Bazen bir bakıyorsunuz küçük bir çocuk bile eline 3 tane elmayı almış kenarda satmak istiyor. Bahçesindeki elmayı. Bu bile katkı. Ticarete alışıyor. Kendi kendilerine rehberlik yapan çocuklarımız oldu. Tüm bunlar birer gelişme." (K4)

"Başlarda onlarda bana garip bakarken, onların bile bakış açısı değişti bana. Saygı duyduklarını görüyorum." (K6)

"Farklı bakış açısı kazanımı" alt temasında yer alan katılımcı ifadeleri araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimcileri sonucunda toplumsal düzlemde kadına bakış açısı ve toplumsal ve kültürel normlar üzerinde yarattıkları değişimler konusunda bilgi vermektedir. Bu ifadelerde sadece kadına yönelik değil aynı zamanda turizme yönelik inanışlarında değiştiği anlaşılmaktadır. Ne kadar doğru bir iş yaparlarsa yapsınlar kadınlar, ataerkil toplumda kendilerine biçilen roller ve konumları itibari ile bulundukları bölge halkını yaptıklarının doğru olduğuna dair bir ikna ve inandırma çabası içindedirler. Kadınların girişimcilik öncesi ve sonrası toplumsal bakış açısı karşılaştırıldığında toplumda düşünsel anlamda ciddi dönüşümlere neden oldukları görülmektedir. Girişimcilik faaliyeti sonucunda, ekonomik gelişimin yanı sıra sosyal bir fayda olarak düşünsel bir değişim ortaya çıkmaktadır ve toplumsal değişimler başlamaktadır (Pektaş ve Kurgun, 2024: 1386). Kadınların girişimcilik faaliyetine katılımı ile hem ekonomik gelişim hem de cinsiyet eşitsizliği, toplumsal normlar ve ön yargılarda ve kadın yoksulluğu gibi konularda değişim ve dönüşüm gerçekleşmektedir (Byrne ve diğerleri, 2019: 159; Neumeyer ve diğerleri, 2019).

Katılımcıların "Tersine Göç" alt temasına yönelik ifadeleri

"Yeter ki dedim köyüm, ailem ve kendim kazanayım. Çünkü köyüm geri dönsün. Köy 45 haneden şimdi 118 haneye dönüştü. Çok büyük bir değişim. 9 tane mandıra açıldı. Üretim çoğaldı. Hayvan sayısı çoğaldı. Yani bunların hepsi bir köy, bir Kars için çok önemli. Kars merkeze geldiğin zaman fark edersiniz her yer Boğatepe." (K3)

"Tersine göç başladı." (K4)

"Ufak ufak geri göç başladı." (K6)

Kalkınmada yarattığı istihdam olanakları ile önemli bir role sahip olan girişimciler göçleri azaltıp engelleyebildiği gibi, göç eden girişimci özelliği taşıyan bireyler gittikleri bölgelerde başlattıkları girişimler sayesinde sağladıkları iş olanakları ile tersine göçe de imkân sağlamaktadırlar (Arıcı, 2021: 321). Bu nedenle göç literatüründe girişimcilik kavramı ayrı bir öneme sahiptir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerden K1, K2, K3, K6 bulundukları bölgelerde girişimcilik faaliyetine başlayarak, K4, K5 ve K7 ise yaşamlarını sürdürdükleri büyük şehirlerden kırsala giderek girişimcilik faaliyetinde bulunarak burada yarattıkları iş imkânları ile tersine

göçün gerçekleşmesine neden olmuşlardır. Girişimcilikle sağlanan bölgesel kalkınma, beraberinde dengeli ve sürdürülebilir bir büyümeyle, yeni istihdam olanakları tersine göçün gerçekleşmesinde etkili olmaktadır.

Katılımcıların "**Kadınların Bilgi Donanımın Artırılması**" alt temasına yönelik ifadeleri

"Sadece ben değil köyün kadınları eğitimlere katıldı. Herkes kendisinin bile farkına vardı. Bende varım oldu." (K3)

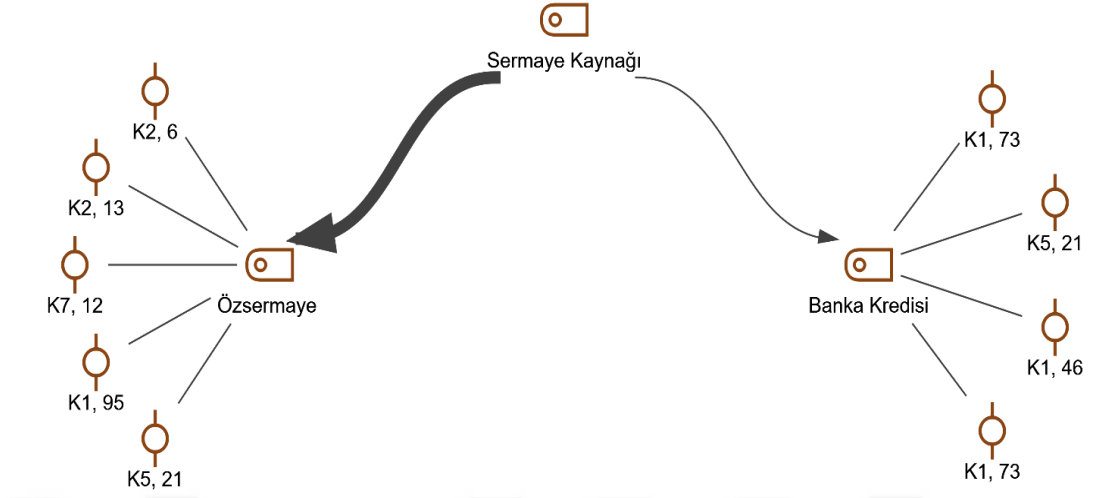
" Balık tutmayı öğrettiğimiz aile çok oldu... Üretim ayağımızda olduğu için daha çok bu kompost yapımları, üretim süreçleri, hijyen konusu. Bu konularda kadınlara özel eğitimler falanda aldırıldılar. Daday'daki tüm kadınlara, dernekteki kadınlara. Çok bilgilendiler. Ekonomik değeri olan hiç bilmedikleri ürünleri öğrendiler. Paketleme kursları verdik. Sunumunda çok önemli olduğunu öğrendiler. Epey eğitimler verdik " (K4)

Katılımcı K3, 2400 rakımlı bir köyde başlattığı girişimcilik sürecinde tüm kadınların duyulan ihtiyaç doğrultusunda, fransızca, yoga, tıbbi bitki eğitimi gibi birbirinden farklı eğitimleri almaları için çaba göstermiştir. Her ne kadar kadın girişimciliğinin kalkınmadaki en önemli katkısı ekonomik çıktılar olarak görülse ve çalışmalarda yer alsada sosyal ve kültürel gelişim gösteren kadınlar güçlenerek seslerini duyurabilmekte *bende varım* diyebilmektedirler. Boyacıoğlu (2014) Edirne il merkezinde bulunan kadın girişimciler ile yaptığı çalışma sonucunda kırsal turizm odaklı kadın girişimcilerin geleneksel aile yapısı, kadının psikolojik durumu, gelir kazanımı ve kadına toplumun bakış açısında olumlu yönde etkilere neden olduğu sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen bulgular Boyacıolu'nun çalışmasını desteklemektedir.

3.2.9. Sermaye Kaynağı Teması

Literatürde kadınlar için sermayeye erişimin girişimciliğin önünde önemli bir engel teşkil ettiği belirtilmektedir. Araştırma kapsamında turizm sektöründe yer alan kadınların girişimlerini hangi yollarla finanse ettiklerini ve ekonomik sermayelerini belirlemeye yönelik sorduğumuz soruya verdikleri cevaplara bu tema altında yer verilmektedir. Sermaye Kaynağı teması "Banka Kredisi" ve "Özsermaye" olmak üzere 2 alt temada incelenmiştir. Sermaye Kaynağı temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli Şekil 27'deki gibidir..

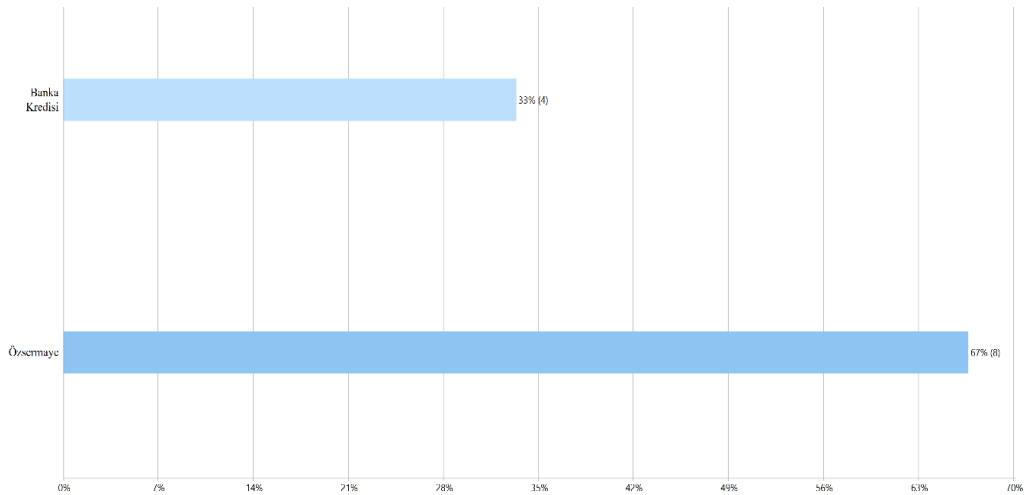
Şekil 27:Sermaye Kaynağı Temasına Ait Kod Alt kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar “Banka Kredisi” alt temasına 4 defa “Özsermaye” alt temasına 8 defa vurgu yapmışlardır. Sermaye Kaynağı temasına ait frekanslar Şekil 28'deki gibidir.

Şekil 28: Sermaye Kaynağı Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sermaye Kaynağı temasına “K1”, “K2”, “K4”, “K5”, “K6”, “K7” kodlu katılımcılar farklı yoğunluklarda vurgu yapmıştır. Sermaye Kaynağı temasına yönelik kod matrisi Şekil 29’da gösterilmektedir.

Şekil 29: Sermaye Kaynağı Temasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
✓ Sermaye Kaynağı								0
Banka Kredisi	■				■			4
Özsermaye	■	■		■	■	■	■	8
Σ TOPLAM	4	2	0	1	3	1	1	12

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Girişimcilik sürecine başlarken sermayelerini nasıl sağladıklarını öğrenmeye yönelik katılımcıların “**Banka Kredisi**” alt temasına yönelik ifadeleri şu şekildedir:

"Borç, harç, banka kredisi, çok borçla girdim... Direk banka kredisi kullandım... Krediyi başladım. Artı aldığım eşyaları da senet imzaladım, borç aldım." (K1)

"Birazcıkta banka kredisi aldık." (K5)

Katılımcıların “**Özsermaye**” alt temasına yönelik ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

"Ben bileziklerimi bozdurdum. Bileziğim olmasa ne yapacaktım." (K1)

"Elimde ki imkânlarla başladım. Avans aldım gelecek gruptan. Hiç bir sermaye kullanmadık... Her şeyi kendi cebimden karşıladım. Tüm yemekler, malzemeler. Kendimize ait yöresel yemekleri yaptık." (K2)

"Zaten varlıklarımız vardı. Kendi öz sermayemiz ile gittik. Herhangi bir banka kredisi vs. olmadı. Öz sermayemiz ile başladık. Para bitti, durdu, sonra yine başladı gibi oldu süreç." (K4)

"Kazandıklarımızla, emekli ikramiyesinden kalanla arazi alındı. Bir tıp firmamız var, sıraya koyduk her şeyi. Kiraya verdiğimiz evleri sattık. Üstüne koyarak... Paramız kadar harcadık" (K5)

"Bir sermayeye ihtiyaç duymadık başlarken çünkü basit tuttuk her şeyi, iki sandalye bir masa ile başladık. Azdan çoğaltmak." (K6)

"Kendi imkânlarım ile yaptım herşeyi. Herhangi bir finans desteği almadım." (K7)

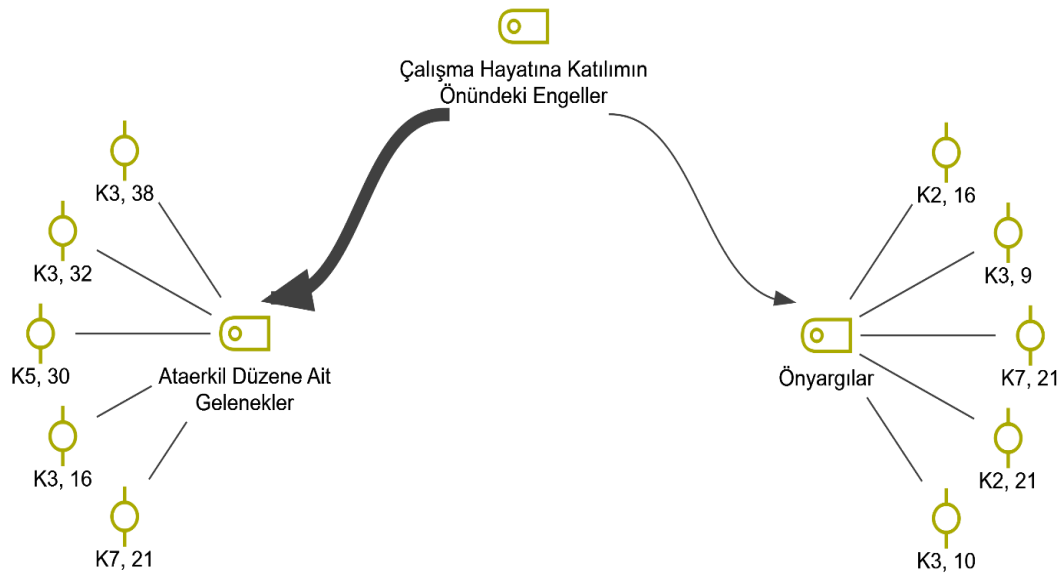
Banka kredisi ve özsermaye alt temalarına yönelik ifadelere bakıldığında, araştırma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin çoğu işlerini kurma sürecinde

finansal destek almadıklarını, kendi imkânları ile birikimlerini veya altınlarını değerlendirerek, taşınmazlarını satarak finanse ettiklerini belirtmişlerdir. Sadece iki kadın girişimci banka kredisi kullandıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılardan K5 ise *iki sandalye ve bir masa ile işi basit tutarak* sürece başladığını ifade etmiştir. Gökakın (2000) çalışmasında, girişimci kadınların işlerini kurarken sermayeyi genellikle kişisel ve ailevi tasarruflardan sağladıkları sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca çeşitli çalışmalarda kadınların erkeklerden daha az ve daha küçük kredilere başvurma olasılığı daha yüksek (De la Fuente-Cabrero ve diğerleri, 2014), borç alma konusunda daha isteksiz oldukları (Caliendo ve diğerleri, 2009) yönünde bulgular elde edilmiştir. Araştırmanın bulguları çalışmalar ile eşleşmektedir.

3.2.10. Çalışma Hayatına Katılımın Önündeki Engeller

Çalışma hayatına katılımın önündeki engellerteması “Önyargılar” ve “Ataerkil Düzene Ait Gelenekler” olmak üzere 2 alt temada incelenmiştir. Çalışma hayatına katılımın önündeki engellertemasına ait Kod Alt Kod Bölümler Modeli Şekil 30’da gösterilmektedir.

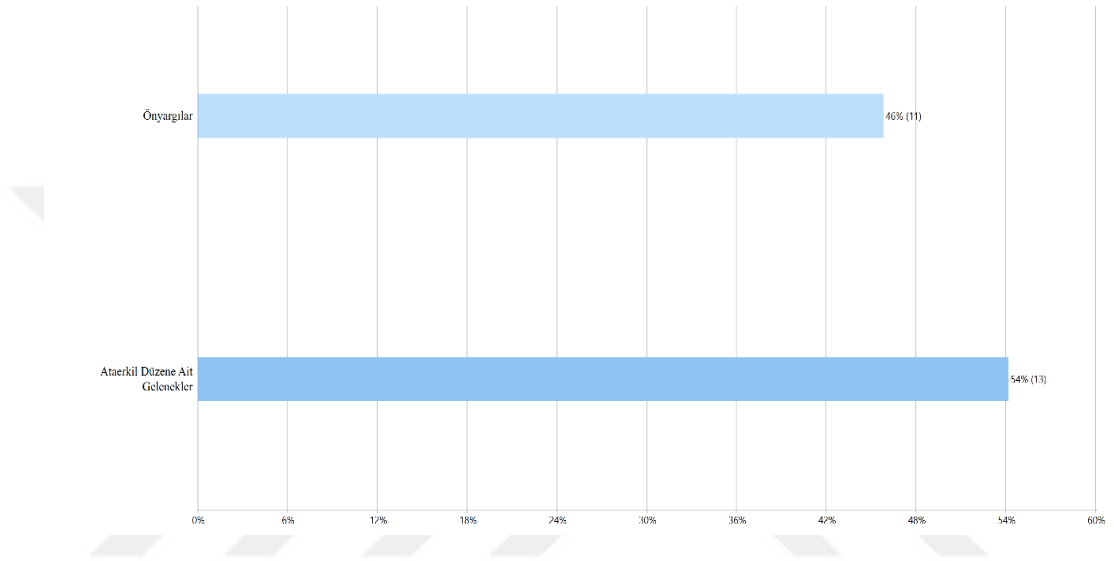
Şekil 30: Çalışma Hayatına Katılımın Önündeki Engellertemasına Ait Kod Alt kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar “Önyargılar” alt temasına 11 defa “Ataerkil Düzene Ait Gelenekler”alt temasına 13 defa vurgu yapmıştır. Çalışma hayatına katılımın önündeki engellertemasına ait frekanslar Şekil 31'deki gibidir.

Şekil 31: Çalışma Hayatına Katılım Önündeki Engeller Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışma hayatına katılımın önündeki engeller temasına K1, K2, K3, K4, K5, K7, K8 kodlu katılımcılar farklı yoğunluklarda vurgu yapmışlardır. Çalışma hayatına katılımın önündeki engellertemasına yönelik kod matrisi Şekil 32'de gösterilmektedir.

Şekil 32: Çalışma Hayatına Katılım Önündeki Engeller Temasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
Çalışma Hayatına Katılımın Önündeki Engeller								0
Önyargılar	1	1	1				1	11
Ataerkil Düzene Ait Gelenekler	1	1	1	1	1	0	1	13
TOPLAM	6	5	8	1	1	0	3	24

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların “Önyargılar” alt temasına yönelik ifadeleri aşağıdaki gibidir:

"Kadın bu işe girirse biz yokuz dediler... Ahırdan eve, evden ahıra giden kadınlar. Çocuk büyüten. Köylerin çoğunda öyle. Kadın çok alışverişe gitmez. Kadın çok dışarı çıkmaz... Şöyle bir ayıpla karşıladılar. Erkekler özellikle. Gelen misafirden biz nasıl para alacağız? Ondan dolayı çok istemeyen oldu. Örneğin benim teyzemin kocası. Teyzem kahvaltı veriyordu, insanlar yiyip, bitireceğine yakın evi terk ediyordu. Aman para verecekler ben onu görmeyeyim. Utanıyordular para istemeye. Biz size kahvaltı verdik ama sizden para istiyoruz. Siz bizim misafirimizsiniz, hiç misafirden para istenir mi? Ama sabah saat dörtte inekleri sağlıyoruz misafirimiz gelecek diye, saat sekiz buçuğa kadar 17 çeşit ürünü sofraya koyuyoruz. Çoğu kişi hediye etti en başta, almadılar, alamadılar. Sonunda paraları ben toplamaya başladım. Halen bazı evlerde öyle devam ediyor. Biz gelenlere halen turist demiyoruz, grup demiyoruz, yabancı demiyoruz. Bunlar bizim misafirimiz çünkü bizim köye geliyorlar." (K3)

"Bir gün Bilecik' de bir ödül aldım geldim.. Hepsi ticaret yapan fabrika sahipleri falan tek kadın benim. Bir fotoğraf çekildi. Ayşe yengeye aldım götürdüm. Utanmıyor musun dedi bu kadar erkeğin içinde. Kimse var mı senin gibi? İyi ki ölmüş Ahmet aga dedi kayınpederim, görmedi bunu. Sonra dedim ki Türkiye'nin neredeyse yarısı böyle düşünürken ben ne yapabilirim? Yüzde elli'ye mi hitap edebilirim dedim... Erkekler olacak işte acentalar, insanlarla, erkek çoğunluğu, arada kadınlarda olsa da, işte. Ayşe abla ne düşünecek, müzeyyen yenge ne düşünecek böyle böyle anlatacaklar arkamdan falan. Konuştular tabi ilk etapta. Hatta arkamdan konuşulanları duydum. Böyle, işte erkekler ile beraber dağa çıkıyormuşum, gezdiriyormuşum onları falan böyle bir sürü sözler... Güçlü kadınları hiç kimse sevmiyor... Kadın girişimciler erkek girişimcilere göre daha dezavantajlı. Etraf ne der duvarı. En büyük duvar o zaten." (K2)

"Çok acil bir işim var, arabamız yok, taksi çağırmak zorundayım. Komşu ne der? diye onu çağırıyorum. Ya eşi bekliyorum, ya bir tanıdığım, kardeşim gelecek onun aracılığı ile olacak. O götürecek, yine erkeği aracı yaparak işlerimi hallediyorum. Kendi başıma olmuyor. Çok acı bir durum... Kadın ön plana çıkmasın, her zaman karşısına bir duvar örülüyor. Bu sefer kadınlı toplumda ön plana çıkana; kadına, farklı lakap ve farklı gözle bakabiliyor... Kadının biri demiş ki orada bir lokanta var, cama yazmışım ben oraya çalışmaya gideceğim. Kardeşi demiş ki seni öldürürüm. Lokanta da kadın mı çalışır?" (K1)

"Eğitimsizlik, basma kalıp yargılar nedeniyle kadın iş hayatından uzak tutulmaya çalışılıyor." (K7).

Katılımcıların “Ataerkil Düzene Ait Gelenekler” alt temasına yönelik ifadeleri aşağıda belirtildiği gibidir:

"Beni eşim komşuya bile koymuyordu. Komşuya gittiğimde öyle korkuyordum ki, oturmanın, misafir olmanın keyfini bir yaşayamıyordum. Eve gelip kavga çıkaracak sen neden komşuya gittin diye... Bizim topraklarımızda özellikle. Başka yerlerde erkek onu motive edebiliyor ama bizim toprağımızda maalesef... En güzel yıllarım mücadele ile ağlamak ile beklemek ile geçti. Bir kadın olarak her türlü şiddeti yaşadım. Kız çocuklarımla olmasından dolayı psikolojik baskıyı, şiddeti ve o eksikliği de yaşadım." (K1)

"Fransa sarayında birinciliğim duyuruldu. Eşim de orada. Dedi ki beni oraya sahneye davet edip, bana teşekkür etmen lazım. Kadın olmanın en zor yanları bu işte hiç hak etmediği halde birilerine teşekkür etmek zorunda kalıyorsunuz. Ben etmedim tabi ki. O olmasaydı daha çabuk yapardım. O yavaşlattı beni." (K2)

"Alışveriş bile yapmaya korkardım. Acaba giderim, hesaplayabilir miyim diye. Parayı verirken hesaplayabilir miyim, ya da beni bir yere gönderirlerse gidip geri dönebilir miyim? Çünkü hep köyde kaldım. Şehre doktora geldiğimizde bile eşimle geliyoruz, oğlumuzla geliyoruz. Çoğu kadın öyle. Şimdi kadınlar araba kullanana bak. Evde son söz eşime evin büyüğüne aitti... Biraz ataerkil toplumuz... Çünkü kırsalda yaşıyorsun, ataerkil bir toplumda yaşıyorsun ve ilkokul mezunusun. Çok dışarı çıkmamışsın... Erkeklerle göre para getirme işi halen erkeğindir... Karsın daha yozlaşmış, daha ataerkil bir toplum olduğunu gözlemliyorlar." (K3)

"Bir kere söz sahibi olmaları istenmiyor anladığım kadarıyla. Hakimiyet en küçük birimde de olsa erkekte olsun düşüncesi, geleneksel bakış açısı diyelim." (K4)

"Erkekler gördüklerini uyguluyorlar. Bu nedenle." (K5)

"Ataerkil sistem... Köyde yaşadığım şeyleri göz önünde bulundurursak kadın olmak her daim zor. Ataerkil sistem kadının önünde ki engel." (K7)

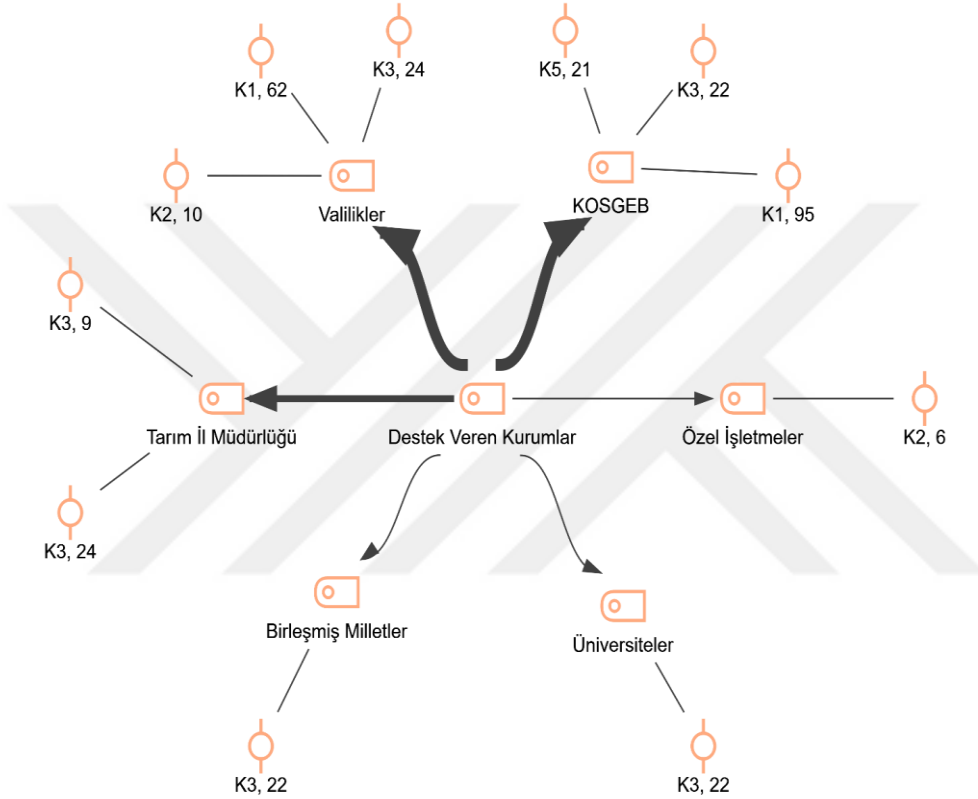
Cinsiyete dayalı basmakalıp yargılar, kadınların iş hayatında karşılaştıkları en önemli engel olarak görülmektedir (Soysal 2010: 101). Geleneksel iş bölümü nedeniyle kadınların üstlendikleri rollerin yanı sıra toplumun iş hayatında yer almaya çalışan kadına bakışı ve toplumsal ön yargılar nedeniyle kadınlar bu süreçte dezavantajlı konumdadırlar (Gedik ve Gürbüz, 2017: 425). Bu iki alt tema altında yer alan katılımcıların ifadeleri toplumda kadının algılanan yerini, geleneksel düşünce sisteminin iş hayatında ki etkilerini göstermektedir. Günümüzde hala kadın tek başına üretimde ve sosyal hayata dâhil olmada bu ataerkil ve geleneksel düşünce yapısı ve bunların neden olduğu önyargılardan dolayı sorunlar yaşamaktadır. Kadının maruz kaldığı çirkin yakıştırmalar, aşağılamalar, normlara uymadığında karşılaştığı dışlanmalar, kadının ötekileştirilmesi ve erkek olmadan varlığını göstermesine izin verilmemesi yüzyıllardır kadının önünde ki en büyük engellerden birisi olarak kabul edilmektedir. İçselleştirilmiş bu düşüncenin temeli feminist teorisyenlerinde yıllardır mücadele verdiği ataerkil düşünce yapısına dayanmaktadır. Etraf ne der düşüncesinin süreci zorlaştırdığı ve uzattığı görülmektedir. Bunun yanı sıra önyargılar alt temasında K3 'ün ifade ettiği köyün misafirlere tutumu ise aslında kırsal insanın misafire karşı naifliğini göstermektedir.

3.2.11. Destek Veren Kurumlar Teması

Literatürde yer alan pek çok çalışmada devlet desteğinin ve özel sektörün kadın girişimcilerin finansal kaynak bulmadaki sorunlarına çözümler ürettiği yer almaktadır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin sürece başlarken bu kaynaklardan yararlanıp yararlanmadığını belirlemeye yönelik sorulan soruya

verdikleri ifadeler bu bölümde yer almaktadır. Destek veren kurumlar teması “Özel İşletmeler”, “Valilikler”, “Üniversiteler”, “Birleşmiş Milletler”, “KOSGEB” ve “Tarım İl Müdürlüğü” olmak üzere 6 alt temada incelenmiştir. Destek veren kurumlar temasına ait Kod Alt kod Bölümler Modeli Şekil 33'deki gibidir..

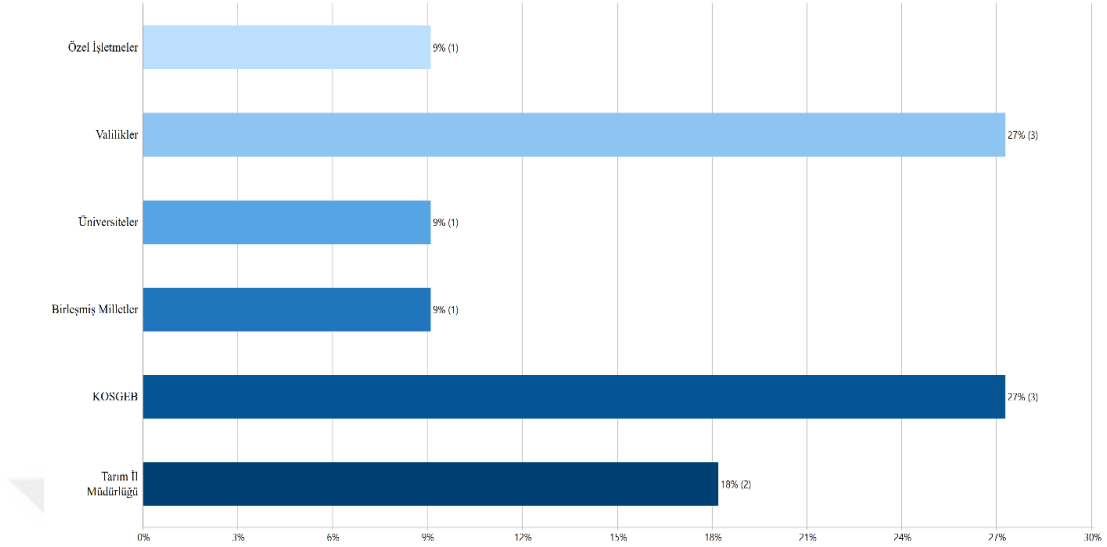
Şekil 33: Destek Veren Kurumlar Temasına Ait Alt Kod Bölümler Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar "Özel İşletmeler" alt temasına 1 defa, "Valilikler" alt temasına 3 defa, "Üniversiteler" alt temasına 1 defa, "Birleşmiş Milletler" alt temasına 1 defa, "KOSGEB" alt temasına 3 defa ve "Tarım İl Müdürlüğü" alt temasına 2 defa vurgu yapmışlardır. Destek veren kurumlar temasına ait frekanslar Şekil 34'de gösterilmektedir.

Şekil 34: Destek Veren Kurumlar Temasına Ait Frekanslar



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Destek veren kurumlar temasına “K1”, “K2”, “K3” ve “K5” kodlu katılımcılar vurgu yapmışlardır. Destek veren kurumlar temasına yönelik kod matrisi Şekil 35'deki gibidir..

Şekil 35: Destek Veren Kurumlar Temasına Yönelik Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	TOPLAM
Destek Veren Kurumlar								0
Özel İşletmeler								1
Valilikler								3
Üniversiteler								1
Birleşmiş Milletler								1
KOSGEB								3
Tarım İl Müdürlüğü								2
TOPLAM	2	2	6	0	1	0	0	11

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tüm dünyada hem cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesi hem de kadının istihdamda gerektiği gibi yer alması için uluslararası kurum ve kuruluşların yanı sıra ulusal düzeyde kadın girişimciliğini destekleyici politikalar uygulamaya konmakta, ekonomik yardımlar yapılmaktadır. Kadın girişimcilere bu desteklerden faydalanıp faydalanmadığı sorulduğunda; başlarken desteklerden faydalanmadıklarını kendi imkânları ile girişimcilik faaliyetine başladıkları ifade etmişlerdir. Ancak süreç boyunca gerek proje yazarak gerekse gönüllü olarak kendilerine katkı sağlayan kurum ve kuruluşlar olduğunu belirtmişlerdir. Bu alt temalara ait katılımcıların ifadeleri aşağıda yer almaktadır.

“Özel İşletmeler” alt temasına yönelik olarak katılımcılardan K2 girişimciliğe başladıktan sonra talebin artması üzerine ve gelen ziyaretçilere daha rahat ve kapalı bir ortamda geleneksel kına gecesi şenliğini deneyimi yaşatabilmek için bir proje yazarak Yves ROCHE'den sağladığı katkıyı şu cümleler ile ifade etmiş:

"Maddi olarak bir kuruluş yardım almadım. Sadece Yves ROCHE' den projem geçince 10.00 euro aldım." (K2)

Katılımcıların **“Valilikler”** alt temasına yönelik ifadeleri ise şu şekildedir:

"O zamanlar cesaretimi destekleyen vali oldu. O dönem ki valim." (K1)

"En çok kitap okuyan okur ödülü kazanınca, 25 kovan arı verdi vali bana. Bir hafta boyunca düşündüm. Sonra vali beye görüşmeye gittim. Ben ödülünüzü kabul etmeyeceğim. Sakat değilim çalışabilirim. Geri ödemeli verirsiniz alacağım bu kovanları dedim. 2 sene içinde geri ödedim arıları." (K2)

"Bizim Zahot ırkı hayvanımız var. Bunun kaybolmaması için yıllardır çaba gösteriyorduk. Şimdi Valilik bize destek verdi. Bu destek doğrultusunda yeniden o hayvan ırkını çoğaltarak yolumuza devam etmeyi düşünüyoruz." (K3)

Katılımcı K1 süreç başında dönem valisinin ve sonra gelen valilerin kendisine manevi anlamda destek verdiklerini ve yanında bulunduklarını ifade etmiştir. Görüşme amacıyla Kars'a yapılan ziyaret esnasında şu an ki Vali bey'in hem katılımcı K1 ile diyaloglarına hem de çevre köylerde kurulan kadın kooperatiflerine gerekli eğitimleri almaları yönünde destek verdiği ve destek ziyaretleri yaptığını bizzat şahit olunmuştur. Aynı bölgede girişimcilik yapan K3' de bu konuda destek aldığını belirtmiştir.

Katılımcıların **“Üniversiteler”** alt temasına yönelik ifadeleri

"Başlarken hocaların çoğu gönüllü geldi." (K3)

Katılımcı K3 eğitim amaçlı gelecek hocaların uçak ya da eğitim ücretlerini karşılayamadıklarında bazı hocaların gönüllü katılarak kendilerine eğitim verdiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların “**KOSGEB**” alt temasına yönelik ifadeleri şu şekildedir:

"Sermayesi olmayan kadınlar için KOSGEB büyük fırsat. Keşke benim zamanımda da olsaydı." (K1)

"KOSGEB ve hibelerden faydalanmadık başlarken." (K3)

" KOSGEB mümkün ama biz onu yapmadık." (K5).

Katılımcıların "**Tarım İl Müdürlüğü**"alt temasına yönelik ifadeleri

"Tarım il Müdürlüğünden hem hayvan sağlığı, hem insan sağlığı konularında destek gördük. Kurslarda hoşumuza gitti." (K3)

Katılımcıların “**Birleşmiş Milletler**” alt temasına yönelik ifadeleri

"İlk Ankara'da 45 proje yarıştı ilk dörde girdik. 6 proje kabul edildi. O zaman Birleşmiş Milletler bize fon verdi. O fonu hep hocalara değerlendirdik işte. Otelde kalması, evde kalması ya da uçak parası. Arabalarla getirme götürme gibi masraflara. Ama diyelim ki aldığımız o fon yetmediğinde de hep kendi cebimizden karşıladık." (K3)

Katılımcıların hiç biri KOSGEB'den yararlanmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcı K3 Tarım İl Müdürlüğünden eğitim aldıklarını belirterek maddi destek anlamında yazdıkları proje ile eğitim ihtiyaçlarını karşılamak için Birleşmiş Milletler'den fon desteği sağladıklarını ifade etmiştir. Araştırmanın finans kaynakları alt temasında belirtildiği gibi araştırmaya katılan kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu gerekli finansı kendileri karşılarken sadece iki katılımcı azda olsa kredi kullandıklarını belirtmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, kadın girişimcilerin “değişim ajanı” olarak toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve kültürel normlar üzerinde nasıl bir etki yarattığı sorusundan hareket etmektedir. Çalışmanın amacı, ülkelerin özellikle ekonomik kalkınmasında çok önemli yere sahip olan ancak girişimcilik ekosisteminde mevcut erkek egemen söylem ve ataerkil yapı nedeniyle kendilerinden beklenen ve istenen istihdamı sağlayamayan kadın girişimcilerin güçlendirme yaklaşımı bakış açısıyla ekonomik çıktılarının yanı sıra toplumsal ve kültürel normlar üzerinde yarattıkları değişimdeki önemli rollerini ortaya koymaktır. Bunu yaparken de ataerkil yapı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin girişimcilik eğilimdeki gözlenen cinsiyet farklılıklarıyla sistematik ilişkisini ortaya koyarak ve doğru bir şekilde anlayarak şu ana kadar beklenen başarıyı sağlayamayan destek programlarının ve değerli ve kıt kaynakların daha işlevsel ve verimli kullanımına yönelik öneriler sunmak amaçlanmıştır. Ayrıca tüm bu engellere rağmen mücadele vererek başarılı olmuş kadınların hem rol model olarak önemlerini hem de yarattıkları değişimleri göstermek amaçlanmıştır. Kadın girişimciliğinin kalkınma için önemi, nedenleri ve motivasyonlarını anlamayı önemli hale getirmektedir.

Kadın girişimciliği çalışmalarının akademik literatürde kendine çok geç yer bulmasının nedeni olarak kadın girişimcilerin ve çabalarının hem akademik literatürde hem de genel medyada yer alan araştırmalarda kadın girişimcilerin görünmez olarak kabul edilmelerinden kaynaklandığı öne sürülmüştür. Ancak kadınların kalkınmada oynadıkları önemli rolün anlaşılması ile birlikte kadın girişimcilere yönelik çalışmalarda artışlar görülmeye başlanmış ve kadın girişimciler girişimcilik ekosisteminde baskın olan erkek girişimciler ile karşılaştırılarak aralarındaki farklılıklar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmalar sonucu kadınlar eksik ve tamamlanmamış erkekler olarak tanımlanmıştır. Kadın girişimciler erkeklere oranla daha az risk alan, daha az hırslı, daha az rekabetçi, girişimci tutumlarını geliştirmek için rehberliğe ihtiyaç duyan, girişimciliğe daha az istekli, daha küçük işletmeler açan bireyler olarak literatürde yer almıştır. Bu durum baskın olan erkeksi söylemin ve kalıcı önyargının yeniden üretimine katkı sağlamıştır. Kadınların bu farklılıklardan doğan "eksiklikleri"ni gidermek yönünde mentorluk, eğitim ve ağ kurma becerilerini geliştirme amaçlı politika tavsiyeleri verilmiştir. Ancak literatürde tüm bu eksiklik olarak nitelendirilen tanımlayıcıların nasıl ölçüldüğü, katılımcılar tarafından nasıl algılandığına yönelik sınırlı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışma ile

var olan girişimci söyleme, feminist kuramların savunduğu ataerkil yapının etkisini fark yaratan kadın girişimcilerin hikâyelerinden yola çıkarak açıklık getirmeye çalışılmıştır.

Küresel rekabetin hızla artması ve tüm çalışma yaş aralığında bireylerin istihdama katılmasının kalkınmadaki payının öneminin anlaşılması ile neoliberal bakış açısı ile kadını güçlendirmeye yönelik çalışmalar uygulamaya konulmuştur. Ancak neoliberal bakış açısı güçlendirmeyi ekonomik gelir elde etme yoluyla kadın yoksulluğunun önüne geçilmesi ve kalkınmadaki payının artırılması gibi dar bir anlamda ele almaktadır. Oysaki kavram ekonomik olduğu kadar sosyal, politik ve toplumsal bağlamlar ile ilişkilidir. Yoksulluk kavramı kadın tarafından sadece ekonomik açıdan değil, kadının siyasi ve sosyal hayata katılımında dışlanmasına, karar mekanizmasında yer alamamasından, eğitim ve sağlık hizmetlerinden yararlanamamasına kadar daha geniş bir açıda yaşanmaktadır. Özellikle Türkiye gibi toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yoğun yaşandığı, ataerkil düşünce yapısının hâkim olduğu toplumlarda kadın bu konularda geri planda bırakılmakta ve yoksulluğu erkeklerden daha fazla ve daha farklı alanlarda yaşamaktadır. Kadınların haklarını korumak amacıyla ortaya çıkan feminizm hareketi kadınların toplumsal, siyasi ve ekonomik boyutta karşılaştıkları cinsiyet temelli eşitsizlikler ile mücadele etmek, nedenlerini ortaya koymak ve eşitsizlikleri ortadan kaldırma amacını gütmektedir. Tüm eşitsizliklerin nedeni olarakda ataerkil yapıyı öne sürmektedir. Feminizm odak noktası kadın ve kadının sosyal hayat içerisinde karşılaştığı zorluklardır. Tüm uygulanan politikalara ve destek programlarına rağmen kadınların istihdamda ve girişimcilikte hedeflenen katılımının sağlanamamasının altında yatan nedenlere feminist kuramlar çerçevesinde bakılması bu nedenle önemlidir. Girişimcilik kavramının tam olarak anlamak için, kadınların yeni bir girişim başlatmasında, sürecin öncesinde ve sonrasındaki etkenlerin tümünün girişim performansları üzerinde etkili olduğunun kabul edilmesi gerekmektedir.

Çalışmaya katılan kadın girişimcilerin girişimcilik kararı almaya yönelten nedenlere bakıldığında literatürde yer alan çalışmaların sonuçlarından farklı olarak kadınların bilinçli bir şekilde ve bir fayda sağlamak amacıyla bu tercihi yaptıkları görülmektedir. Farklılık yaratmak, sorumluluk duygusu, istihdam sağlamak, organik gıdaya erişim gibi farklı sebeplerin katılım kararlarında etkisi olduğunu belirten kadınlar toplumsal fayda sağlamaya yönelik bir bakış ile girişimciliğe başlamışlardır. Kadın girişimcilerin kendilerini toplumsal olaylardan ve sorunlardan sorumlu hissetmeleri ve toplumsal kalkınmaya ve sorun çözmeye yönelik, kararlar almaları

günümüz şartlarında çok değerli bir olgudur. Politik ve sosyal farkındalığın artırılması, karar alma süreçlerine katılım ve kendini geliştirme öncelikleri açısından kadınların farklı boyutlarda güçlendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Girişimcilik bunun sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Genellikle girişimciliğin sonuçları olarak sayılan bu çıktılar çalışmaya katılan kadın girişimcilerin başlangıç hedefleri olarak yer almıştır. Bu da kadınların farkındalıklarının ne kadar yüksek olduğunu ve bilinçli bir tercih olarak girişimciliğe başladıkları sonucunu vermektedir. Genellikle girişimcinin misyonunun kar amaçlı işletmeler kurmak ve büyütmek olduğu düşünülmüştür. Ancak çalışmanın bulguları kadın girişimcilerin sosyal hedefleri takip etmek için girişimciliğe dahil olduklarını göstermektedir.

Bunun yanı sıra katılımcılar, maruz kaldıkları fiziksel, ekonomik ve psikolojik şiddetin, geçim kaygısının ve kendini geliştirme isteğinin bu süreçte kararlarını etkilediğini vurgulamışlardır. Özellikle son bir yıldır manşetlerden düşmeyen ve hergün yenisi yaşanan kadına yönelik şiddetin boyutu göz önüne alındığında, girişimcilik kararında kadınların tüm yaptırımlara rağmen uğradıkları şiddetin farklı çeşitlerinin de bu karar üzerindeki etkisi görülmektedir. Öncelikle ataerkil toplumlarda erkeğin hakimiyet kurma şekillerinden biri olan şiddet, dünyada en yaygın ancak en az tanınan insan hakları ihlali. Ataerkil toplumlarda erkek tahakkümünün devamını sağlama ve yapıyı koruma isteği kadına yönelik şiddetin riskini artırmaktadır. Feminist teorisyenlerinde üzerinde durduğu gibi şiddetin kökenleri toplumda kadın ve erkek kimlik inşasına, erkek egemenliğine ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dayanmaktadır. Kültürel kuramların ve Bourdieu'nünde üzerinde durduğu beşeri, ekonomik ve sosyal sermaye, kadınların öğrenilmiş çaresizliğinin neden uzun yıllardır sürdürdüğünü açıklamak için kullanılmaktadır. Sosyal ve ekonomik sermayeden yoksun olan şiddete uğramış kadın aileden destek görememekte, yardım alabileceği insanlar bulunmamakta ve bu da şiddete boyun eğmesine neden olmaktadır. Kadının eğitim alması, istihdama katılımı, kendini geliştirerek kendini tanıması şiddetin ortadan kalkması için önem taşımaktadır. Bourdieu'nün sembolik şiddet olarak adlandırdığı diğer bir şiddet türü, fiziksel şiddet içermeyen, korku psikolojisine bağlı bir kontrol yöntemidir. Sembolik şiddet, en yoğun olarak eşitsizlik durumunda egemen gücün diğer bireyler üzerinde uyguladığı şiddettir.

Turizm sektörü kadın emeğinin en yoğun olduğu sektör olmasının yanı sıra, otelcilikten rehberlik hizmetlerine, restoran işletmeciliğinden, hediyelik eşya, etkinlik organizasyonuna kadar geniş bir yelpazede iş imkanları sunmaktadır. Sunduğu bu

çeşitliliğin yanı sıra ev uzantılı işleri kapsamından, kadın girişimcilerin ilgi alanlarına ve becerilerine uygun iş modeli seçmelerine olanak tanıdığından kadınlar tarafından tercih edilen bir sektör olduğu kabul edilmektedir. Ancak çalışmada yer alan kadınlar farklı nedenlere vurgu yapmışlardır. Çalışmaya katılan kadın girişimcilerin turizm sektörünü seçme nedenlerine ilişkin alınan cevaplar sonucunda, bölge gelişimine katkı sağlamak birinci sırada yer alırken, ikinci sırada zengin mutfak kültürü, üçüncü sırada ise sektörün geliştirilebilir bir alan olması sonucu elde edilmiştir. Her biri birbirinden ayrı bakış açısına sahip girişimci kadınlar "ben bu bölge için ne yapabilirim" sorusuyla hareket etmişlerdir. Turizm sektörünü tercih ederken bulundukları bölgelerdeki kullanılmayan kaynakları, unutulmuş değerleri nasıl tekrar canlandıracakları ve bir değere dönüştürebileceklerinden yola çıkan kadınlar yaptıkları girişimler ile bu değerleri paylaşmayı, ekonomiye katmayı, başka insanlarında görüp benzer şeyler yapmalarına olanak sağlamayı ve örnek olmayı amaçlamışlardır. Ayrıca turizmin her kesimden insana hizmet sağlaması ve farklı kültürlerden insanları bir araya getirmesi bu kararlarında etkili olmuştur. Her bir katılımcı kadın bu coğrafyada kadın olarak yaşadıkları olayların, maruz kaldıkları eşitsizliklerin farkındalıkları ile sadece kendileri için değil, diğer kadınlar ve toplum içinde bir şeyler yapma çabası güderek girişimciliğe yönelmişlerdir. Var olan yapısal bir boşluğun farkına vararak ve kapatarak bir değer yaratmışlardır. Çalışmaya katılan kadın girişimcilerin ifadelerinden hayal edilen bir geleceğe yönelik beklentilerle fırsatlar yaratma ve sürekli kaynak birleştirme ve yeniden birleştirme yoluyla fırsatları nasıl kullandıklarına ve yaratıcılıklarına dair bulgulara ulaşılmıştır. Girişimci katılımın öncelikli olarak bireysel ekonomik kazanç için olduğunu varsayan neoliberal girişimcilik söyleminin aksine kadınların bireysel kazancın yanında toplumsal fayda sağlama ve dürtüsü ile sektörü tercih ettikleri görülmüştür.

Sosyo-kültürel çevre, girişimciliğin ortaya çıkışını, davranışını ve performansını ve genel olarak girişimciliğin gelişimini olumlu veya olumsuz etkileyen tüm unsurları içinde barındırmaktadır. Çalışmalar kültürün bir toplumun girişimcilik kapasitesi üzerinde derin etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmaya katılan kadın girişimciler süreç boyu kalıplaşmış cinsiyet temelli yargılardan dolayı erkeklerden olduğu kadar kadınlardan tepki gördüklerini belirtmişlerdir. Bir kadının özellikle turizm sektörü gibi erkeklerinde yoğun katılım gösterdiği bir sektörde iş yapması, organizasyonlara katılması, bağlantılar sağlamak amaçlı sosyalleşmesi kadınlar tarafından ayıplanırken, erkekler tamamen cinsiyet temelli bakış açısı ile durumu uygunsuz ve kabul edilemez olarak görmüşlerdir. Ayrıca kadının yapsa bile

başarılı olamayacağı ve bir müddet sonra pes edeceği düşüncesi ile hareket ederek, girişimlerine oyalanma gözüyle bakmışlardır. Kadınların yapacakları işe hayal gözüyle bakılması, kadına güven duyulmamasına ve "etraf ne der" tedirginliğine rağmen mücadeleden vazgeçmeyen kadınlar, daha yavaş ve temkinli ilerlediklerini belirterek, tüm olumsuz tepkilere ve yaptırımlara karşın girişimcilik yapma arzusundan vazgeçmediklerini belirtmişlerdir. Olumsuz tutumlar ile mücadele etme yolu olarak iletişim ve karşılıklı güven duymaya dayalı bir ortam yaratmayı tercih ettiklerini vurgulamışlardır. Toplumun kadın erkek fark etmeksizin kadın girişimcilere gösterdiği bu tutum, Bourdieu'nün ifade ettiği gibi bireylerin kendi kültürüne göre tutumlarını şekillendirdiği, kurallardan sapmadan varlığını devam ettirebilmesinin bir şartı olduğu düşüncesini doğrulamaktadır. Bourdieu bunu zihinsel alışkanlık ve derinden içselleştirilmiş temel kalıplar olarak adlandırmaktadır. Bunun altında yatan nedende, feminist teorisyenlerin savunduğu ataerkil sistemde erkeklerin dil, bilgi ve güç yoluyla sosyal ve kültürel hayatın her parçasında iktidarı ellerinde tutarak kadınlar üzerinde eril tahakküm kurmaları ve kadınlarında buna itaat etmeleridir. Kalıplaşmış ve içselleştirilmiş düşünce yapısı toplumun tüm bireylerini etkisi altına almaktadır. Toplumun olumsuz yaklaşımlarının aksine katılımcılardan bir kişi hariç diğerleri ailelerinden destek gördüklerini belirterek sosyal sermaye olarak ailenin girişimcilik sürecindeki önemini göstermişlerdir. Aileden alınan güç ile birlik olarak ilerlemenin süreçlerindeki olumlu etkisine vurgu yapmışlardır.

Turizm sektöründe kadın olmanın olumlu ve olumsuz yönlerine ait deneyimlerine veya gözlemlerine dayalı ifadeler incelendiğinde literatürde sıklıkla karşılaşılan cinsiyet ayrımcılığı, iş-yaşam dengesi ve ağır işlerin kadınlara yüklenilmesi ile benzer sonuçlar elde edilmiştir. Türkiye'nin farklı bölgelerde faaliyet gösteren kadınların ifadelerinden, doğusundan batısına her yerde ataerkil yapının devam ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Genel görüş batı'nın doğuya göre nispeten daha farklı olduğu yönünde olsa da çalışma sonucunda eril tahakkümün tüm coğrafyada hüküm sürdüğü görülmektedir. Çalışma hayatında yer almaya çalışan kadınlar hem sektörün hem de kadın olmanın zorluğuyla mücadele etmek zorunda kaldıklarını ifade etmişlerdir. "Kadın iyi bir şey yapamaz", "kadın başarılı olamaz" önyargısı karşısında kendilerini ispatlamak ve sektörde kabul ettirebilmek için çok daha fazla çalışmak zorunda olduklarını, daha fazla bilgiye sahip olarak gücü temsil etmeleri gerektiğini, bir yandanda kendilerinden beklenen ev-iş yaşam dengesini kurmaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Özellikle belirli toplumsal normlardan dolayı her yere tek başlarına gidememeleri, erkeklerin dünyasında kadın olmaktan dolayı bağlantılar

kurmakta zorlanmaları nedeniyle küçük bir dünyada büyük bir mücadele verdiklerini ifade ederek toplumda kadın olmanın zorluğuna vurgu yapmışlardır.

Turizm sektöründe kadın olmanın avantajları konusunda ise katılımcılardan bir kişi hariç diğer tüm katılımcılar kadın olmanın hiç bir avantajını yaşamadıklarını aksine zorluklar ile karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Olaya olumlu açıdan bakan katılımcı ise kadının turizme zerafet ve dikkat çekicilik kattığını ifade ederek, bir yere kadın eli değmesinin önemini ifade etmiştir. Hizmet sektöründe sunulan ürün veya hizmet, müşteri tarafından sadece fiziki özellikleri ile değil bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle kadınların kattığı dokunuş, bir renk, bir ses olsun alınan hizmette fark yaratmaktadır. Köyünün duvarlarına çizdiği resimlerle dikkat çekerek köyünü turizmle tanıştıran kadın girişimci kadın dokunuşunu en iyi anlatan örnek olarak tanımlanabilir.

Çalışma kapsamında görüşülen kadın girişimcilerin başlangıç sermayeleri incelendiğinde katılımcıların büyük bir bölümünün işlerini kurma sürecinde finansal destek almadıkları, girişimlerini kendi imkânları ile birikimlerini veya altınlarını değerlendirerek, taşınmazlarını satarak finanse ettikleri görülmüştür. Sadece iki kadın girişimci az miktarda olsa banka kredisi kullandığını belirtmiştir. Ayrıca kadın girişimciler KOSGEB hakkında bilgi sahibi olduklarını ancak yararlanmadıklarını belirterek, süreç sırasında geliştirdikleri farklı projeler için valiliklerden ve devlet kurumlarından eğitim desteği aldıklarını ifade etmişlerdir. Maddi destek anlamında ise sadece üç kadın girişimci yazdıkları projeler ile Birleşmiş Milletlerden ve Yves Roche' den fon aldıklarını belirtmişlerdir.

. Kadın istihdamının en yoğun olduğu turizm sektöründe yer alan kadın girişimciler süreç boyunca kültürel normlar ve ataerkil düşünce yapısı ile mücadele etmişlerdir. Günümüzde hala kadın tek başına üretimde ve sosyal hayata dâhil olmada ataerkil ve geleneksel düşünce yapısının neden olduğu önyargılardan dolayı sorunlar yaşamaktadır. Kadının maruz kaldığı çirkin yakıştırmalar, aşağılamalar, normlara uymadığında karşılaştığı dışlanmalar, kadının ötekileştirilmesi ve erkek olmadan varlığını göstermesine izin verilmemesi yüzyıllardır kadının önünde ki en büyük engellerden birisidir. İçselleştirilmiş bu düşüncenin temeli feminist teorisyenlerinde yıllardır mücadele verdiği ataerkil düşünce yapısına dayanmaktadır.

Kadın girişimcilerin ekonomik kalkınmada ki önemli rolleri literatürde sıklıkla yer almaktadır. Ancak toplumsal kalkınmada oynadıkları rol gözardı edilmektedir. Neoliberal bakış açısıyla ele alınan kalkınma kavramına ve kadın girişimcilere daha geniş bir açıdan bakmak ve kalkınmanın sadece ekonomik değil daha geniş bir

anlama sahip olduğunu hatırlamak gerekmektedir. Kadın yoksulluğunun giderilmesi içinde bir çözüm olarak sunulan kadın girişimciliği ile aynı zamanda işsizliğin giderek kadınlaşmasının da önüne geçilmesi planlanmıştır. Yapılan tüm çalışmalar, destek programları ve politikalar, yoksulluğun giderilmesine yönelik çareler üzerine yoğunlaşmıştır. Ancak neoliberal politikalar uygulanırken, sınıf çelişkilerinin etkileri ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği gibi yoksulluğu etkileyen nedenler üzerinde çok durulmamıştır. Oysaki özellikle son dönemlerde yapılan çalışmalar, feminist teoriler, sosyolojik kuramlar gibi farklı yaklaşımlar ile konuya eğilmenin istihdamda kadının önünde engel olarak yer alan ataerkil düşünce yapısının anlaşılmasına yardımcı olacağı vurgusunu yapmaktadır. Kadınların toplumsal anlamda güçlendirilmesi istihdama katılımlarını da arttıracaktır. Bu nedenle araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimcilikleri sonucu toplumsal anlamda yarattıkları değişimler önem teşkil etmektedir.

Turizm sektörü, ülkelerin doğal, tarihi, kültürel ve beşeri varlıklarını kullanılmasını sağlayarak, endüstriyel faaliyetlerin gelişmediği bölgelerde ciddi bir açığı kapatmakta ve bu bölgelerin gelişmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Girişimcilik bölgesel kalkınma üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Çalışmada yer alan kadın girişimciler girişimleri ile hem bölge insanının turizme bakışında olumlu değişimler yaratmışlar hem de açtıkları işletmeler ile bölge halkına istihdam sağlayarak ve rol model olarak benzer işletmelerinde açılmasına öncülük etmişlerdir. Özellikle kadınlara işletmelerinde yer vererek hem çalışma hayatında daha aktif rol oynamaları ve iş yaşamını tanımaları hemde özgüvenlerini geliştirmeleri yönünde katkı sağlamışlardır. Görüşmeler için yapılan ziyaretlerde bölge halkı ile sohbet etme fırsatı bulunulmuş hem görüşmeler hem gözlemler sonucu ekonomik gelir elde eden bölge kadınlarının hane içi karar mekanizmasında pozitif yönde değişimler yaşadıkları gözlemlenmiştir. Önceleri hane içinde karar verici erkek iken bu süreçten sonra artık ile hane içi kararları beraber aldıklarını ifade etmişlerdir.

Başlangıçta yabancılara karşı tepki gösteren ve önyargılı olan halkın, gelen ziyaretçiler ile kurulan diyaloglar ve alışverişler sonrası turizme ve turiste bakış açısında da pozitif yönde değişimler yaşanmıştır. Kadın girişimciler tüm bölge halkını da paydaş olarak kabul edip sürece dâhil ederek farklı deneyimler yaşamalarını ve böylece toplumsal önyargılarını da kırmalarını amaçlamışlardır. Bunun yanı sıra, bulundukları bölgelerde atıl durumda olan ve unutulmaya yüz tutmuş zengin mutfak kültürünü ve tabiat zenginliklerini turizme kazandırarak bölgesel tanınırlığı sağladıkları gibi bölgesel turizmin çeşitlendirilmesinde katkıda

bulunmuşlardır. Turizmin önemli özelliklerinden biriside, doğa ve iklim, tarih ve kültür gibi değerlere bağımlı olmasıdır. Söz konusu bu zenginlikler, ancak turizm sayesinde ekonomik getiri sağlayan niteliğine kavuşurlar. Bulundukları bölgelerin doğal zenginliklerini, trekking, ekoturizm, gastronomi turizmi gibi farklı turizm çeşitlerine entegre ederek farklı ilgi alanlarına sahip turistlere bölgesel çeşitlilik sunmuşlardır. Bazı çevre köylerde yaşayan kadınların da yaşanan hem ekonomik hem de toplumsal olumlu değişimleri görmesi ile köylülerini ikna ederek ev pansiyonculuğu, köy kahvaltısı gibi benzer etkinlikleri kendi köylerinede uyguladıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin Kars Boğatepe köyünde turizmle birlikte yaşanan olumlu gelişimler çevre köylerinde bu yönde harekete geçmesinde etkili olmuştur.

Süreç boyunca kadın girişimcilerin farklarını ortaya koyan en önemli çıktılardan biri sürdürülebilirliğe verdikleri önem olmuştur. Özellikle kırsalda yaşayan ve kırsal turizm ve ekoturizm yapan kadınların sürdürülebilirlik bilinciyle hareket ettiği gözlemlenmiştir. Temiz gıdaya ulaşımın özellikle önem kazandığı, hibrit tohum üretiminin arttığı bu dönemde ata tohumların ve organik tarımın öneminin farkındalığıyla hareket eden bu kadınlar gelecek nesilleri de düşünerek farklı bir sorumluluk duygusuyla turizm sektöründe çalışmaktadırlar. Katılımcılardan bir bölümü kurdukları tohum bankaları ile ata tohumları koruma altına alarak ve bunları paylaşılarak daha doğal gıda üretimine destek vermektedirler. Ayrıca karbon ayak izini minimum seviye tutmak için ve organik tarımı desteklemek amaçlı bölge halkını bilinçlendirici eğitimler verilmesine destek sağlamaktadırlar. Gelen ziyaretçilere de gerek yaptıkları uygulamaları göstererek gerekse sürece dahil ederek farklı deneyimler sunmaktadırlar. Kadınlar tüm hem tüm bölge insanının bu süreçten kar etme etmesi hem de gelen ziyaretçilere farklı deneyimler kazandırmak amacıyla, turizm faaliyetine katılmayan ancak tarımla uğraşan komşularının ürünlerinde değer kazanması için bağ bozumu, kiraz toplama etkinliği, kovan sahipliği gibi mevsimsel üretim durumuna göre kâr amacı gütmeyen farklı etkinlikler düzenlemektedirler. Ayrıca düzenledikleri festivaller ile bulundukları bölgelerde etkinlikler yapmaktadırlar. Kadın girişimcilerin tüm bu uygulamalar ile toplumsal farkındalıkla ve sosyal bilinçle hareket ettikleri ve sahip oldukları, sosyal, kültürel ve ekonomik sermayeleri değerlendirerek kalkınmaya destek verdikleri gözlemlenmiştir.

Turizmin tüm alanlarında daha fazla kadın lidere ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Bilindiği gibi rol modellerin kariyer seçimleri üzerinde önemli etkileri vardır. Aynı zamanda geleceğin liderlerini belirlemede de kritik bir role sahiptirler.

Çalışmada yer alan kadın girişimciler hem bulundukları bölgenin ilk kadın girişimcileri hem de turizmi bölgeye tanıtan ilk kadınlardır. Ataerkil toplumda kadın olmanın zorluğunu bire bir tecrübe eden katılımcılar, rol model eksikliğinin zorluğunu da deneyimlediklerini ve bu nedenle kendilerinden sonra gelecek kadınların önünü açmak için davranış ve tutumlarıyla güven ortamı sağlayarak yavaş yavaş ve sakince mücadele verdiklerini ifade etmişlerdir. Doğru işler yaparak toplumda kabul görmeleri ve karşılıklı güven duygusunu sağlamaları onların başlarda kendilerine karşı çıkan diğer kadınlar tarafından rol model olarak görülmelerini sağlamıştır. Geldikleri noktada yaptıkları girişimler ile başka insanlara ama özellikle kadınlara ilham olmuşlardır. Dünyanın çeşitli ülkelerinden ve yurtdışından sadece onları ve başarılarını, emeklerini görmek için ziyaretçiler gelmektedir. Katılımcıların belirttiği üzere hapisanelerdeki kadın mahkûmlardan, toplumun farklı kesimlerine kadar birçok kadından kendilerine ilham oldukları için teşekkür mektupları almaktadırlar. Bu nedenle literatürde son zamanlarda sıklıkla bahsedilen rol model eksikliği gidermede ki payları yadsınamazdır. Girişimcilere yönelik yapılan pek çok çalışma rol modellerin girişimciler için önemine değinmektedir. Rol modeller, örnek olarak ve ilham vererek öğretmektedirler. Özellikle kadın girişimci adaylarının, tavsiye ve danışmanlık sağlayabilen, ulaşılabilir rol modeller aradıkları görülmektedir.

Kadın girişimcilerin girişimleri sonucunda ekonomik katkılarının yanı sıra toplumsal düzlemde kadına bakış açısı ve toplumsal ve kültürel normlar üzerinde de değişimlere neden oldukları gözlemlenmiştir. Literatürde sıklıkla üzerinde durulan kadının yeri evidir bakış açısı kadınların istihdama katılımındaki en büyük engellerden birisidir. Çalışmada yer alan kadın girişimciler, ne kadar doğru bir iş yaparlarsa yapsınlar, ataerkil toplumda kendilerine biçilen roller ve konumları itibari ile bulundukları bölge halkını yaptıklarının doğru olduğuna dair bir ikna ve inandırma çabası içinde olduklarını belirtmişlerdir. Başlarda kadınların sürece dahil olmasına itiraz eden erkekler değişimin olumlu yanlarını görerek, tecrübe ederek ve kabul ederek kadınlar hakkındaki önyargılarını değiştirmişlerdir. Erkeklerin büyük bir bölümü kadınlara destek olmaya başlamışlardır. Gerek görüşmeler esnasında yapılan gözlemler gerekse bölge halkıyla yapılan sohbetlerden, önceden kahvenin önünden bile geçmeyen kadınların artık kahveye gidip oturdukları, daha önce üzerlerine tapusu olmayan kadınların artık kendilerine ait ev, arsa tapularının olduğu, tek başına şehre doktora bile gidemeyen kadınların artık rahatlıkla sosyal aktivitelere katıldıkları, tek başlarına seyahatler yaptıkları gözlemlenmiştir. Bölge kadınları aldıkları çeşitli eğitimlerin sonucunda artık bende varım diyebilmektedirler.

Ataerkil zihniyetin yoğun yaşandığı toplumlar için kadın girişimcilerin başlattıkları girişimler sonucu ciddi bir düşünömsel değışim yaşanmıştır. Ayrıca kırsal bölgelerde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin kadınların liderliğinde yürütölmesi gelen ziyaretçilerin takdir ve beğenisini toplamaktadır. Kadınlar doğup büyüdükleri yerlerde gerçekleştirdikleri girişimler ve gösterdikleri başarılar ile hem o bölgenin simgesi haline gelmekte hemde kadının toplumda konumlandırıldığı yer ve bakış açısında değışimlere neden olmaktadır. Gerek yurtiçinden gerekse yurtdışından sadece kadınları ve yaptıklarını görmek ve tanışabilmek için gelen ziyaretçiler bulunmaktadır.

Çalışmanın diğör önemli bir verisi ise tersine göçtür. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerden dördü bulundukları bölgelerde girişimcilik faaliyetine başlayarak, üçü ise yaşamlarını sürdürdükleri büyük şehirlerden kırsala giderek girişimcilik faaliyetinde bulunarak burada yarattıkları iş imkânları ile tersine göçün gerçekleşmesine neden olmuşlardır. Girişimcilikle sağlanan bölgesel kalkınma, beraberinde dengeli ve sürdürülebilir bir büyüme ve yeni istihdam olanakları ile tersine göçün gerçekleşmesinde etkili olmuştur. Özellikle bölgelerin var olan ancak atıl durumda ki kaynaklarının ekonomiye kazandırılarak bölgelerin turizm cazibe merkezi hale gelmesi ile beraberinde büyük şehirlerde artan işsizlik sorunu, yaşam şartlarının zorlaşmaya başlaması ve doğal yaşama olan özlem köylerini terk eden genç nüfusun tekrar geri dönmesinde etkili olmuştur. Kadın girişimciler kalkınmadaki en büyük problemlerden biri olan göçe çözüm üreterek farklılıklarını göstermişlerdir.

Kadın girişimciler ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda kadınların kişilik özelliklerinin ifade ederken en çok kullandıkları özellikler konusunda betimleyici standart tanımlamalardan söz etmek mümkün değildir. Her biri birbirinden farklı aile ortamlarında büyümüş, farklı sosyal yapıda ve eğitimdeki girişimci kadınlar kendilerini tanımlarken farklılıklar göstermişlerdir. Girişimcilerin kişilik özelliklerini belirlemek amacıyla sorulan soru neticesinde araştırmaya katılan kadın girişimcilerin kişilik özellikleri hakkında ilk sırada sosyal, azimli, özgüvenli, kararlı ve hedef belirleyen, cesaretli, paylaşımcı, hayal kuran, yaratıcı fikirlere sahip, risk alan özellikleri yer almaktadır. Bu özellikleri, sabırlı aynı zamanda yenilikleri takip eden, lider, problem çözücü ve araştırmacı bireyler oldukları yönünde ki bulgular takip etmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin girişimcilik öncesi herhangi bir sosyal veya siyasi derneğe üyeliklerinin olmadığı ancak sürece başladıktan sonra farklı sosyal içerikli derneklere kurucu veya üye olarak görev alarak sosyal ağlarını genişlettikleri belirlenmiştir.

Ünlü Fransız sosyolog Bourdieu, "habitusun kader" olduğu fikrine karşı geliştirdiği "düşünümsel değişim" kavramı ile yeniden üretimle kültürle birlikte şekillenmiş ve içselleştirilmiş tüm alışkanlıkların nesilden nesile aktarılan bilgi yumağı olduğunun farkına varılması ile bunu değiştirmenin mümkün olduğunu savunmaktadır. Benzer şekilde radikal feministler bunu " bilinç yükselmesi" olarak açıklamaktadırlar. Çalışmada yer alan kadın girişimciler bulundukları bölgelerde neden oldukları ciddi olumlu ekonomik değişimlerin yanı sıra bir değişim ajanı olarak görev yaparak toplumsal normlar ve ataerkil yapı üzerinde de değişimlere neden olmuşlardır. Tüm süreç boyunca bilinçli, sabırlı ve diğer insanları da sürece dahil ederek hareket eden kadın girişimciler etkili bir liderlik ile hem tüm önyargıları yıkmışlar hem de destekler ve politikalar ile sağlanamayan kadın istihdamına katkıda bulunmuşlardır. Çalışmanın sonucunda, rol modellerin girişimcilik deneyimi eksikliklerini telafi ettiğini ve kadınların kendilerine tavsiye verebilecek, ulaşılabilir rol modeller aradıklarını ve kendileri ile benzer yaşamışlıklara sahip rol modellerin önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi ve desteklenmesi için hem uluslararası hem de ulusal bağlamda pek çok çalışma yapılmakta, kanunlar ve politikalar uygulamaya konulmaktadır. Ancak bu amaçla uygulamaya konulan kanunlar ve politikalar şu ana kadar beklenen istihdamı sağlayamamışlardır. Kadın girişimcilerin kendi özellerinde, içinde bulundukları toplumsal yapı, normlar ve kültür göz önünde bulundurularak sosyolojik perspektiften incelenmesi doğru ve yerinde kanunların ve politikaların hazırlanabilmesi açısından önemlidir. Böylece kadınlar tarafından girişimlerin kurulmasını teşvik etmek ve girişimcilik faaliyeti için elverişli bir ortam geliştirmeye yardımcı olacak doğru politikalar uygulanabilecektir. Kadın girişimcilerin başarı hikâyelerinin toplanması ve paylaşılmasının sosyal bir çabayla mümkün olacağı görülmektedir. Daha ulaşılabilir mecralarda hikâyelere yer vermek, sosyal ağlar kurmak hem kadınları teşvik edecek hem de ilham olacaktır. Bugün kadınlara yönelik pek çok konferansta ve toplantıda erkeklerin başarı hikâyeleri anlatılmakta kadınlar görünmez sayılmaktadır. Oysaki kadınlar özellikle kendi cinsiyetlerinde ve ulaşılabilir kadınların başarı hikâyelerine önem vermektedirler. Benzer coğrafyalarda benzer deneyimleri yaşamış kadınların başarı hikâyeleri diğer kadınlara cesaret vereceği gibi yol gösterici de olacaktır. Dijital platform ve sosyal medyadan yararlanarak, üniversitelerde düzenlenen panellere, kariyer günlerine rol model kadın girişimciler davet edilerek turizm öğrencileri dâhil tüm kadınlar ile ikna edici kadın rol modellerin ilham verici hikâyeleri paylaşılmalıdır. Turizm sektörünün her

alanında lider kadın girişimcilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda var olan başarılı kadın girişimcilerin hikayelerinin ve verdikleri mücadelelerinin öğrencilere ilham vermesi ve örnek olması için mevcut müfredata ve derslere entegre edilmesi önemlidir.

Kadın girişimciliğini teşvik etmek amacıyla sosyal medya kampanyaları düzenlemek ve sosyal medya kampanyalarında ilham veren, ulaşılabilir kadın girişimcilere yer verilmesi, hikâyelerinin paylaşılması girişimci olmak isteyen ancak cesaret bulamayan kadınlar için pozitif bir etki yaratır. Yurtdışında pek çok kâr amacı gütmeyen kuruluş diğer kadınlar da teşvik etmek ve ilham vermek için gerçek kadınların yüzlerini ve hikâyelerini kullanmaktadırlar. Benzer şekilde kamu kurumlarında sosyal medyayı, basını kullanarak gerçek, ulaşılabilir kadın girişimcilere kampanyalarında yer vererek kadınları girişimciliğe teşvik edebilirler.

Çalışmadan elde edilen bulgular neticesinde, bugüne kadar girişimcilik literatüründe erkek egemen söylem üzerinden yürütülen ideal girişimci hakkındaki klişelerin yeniden gözden geçirilmesi gerektiği görülmektedir. Bunun içinde kadın girişimcilerin kendi özelliklerinde, içinde bulundukları toplumun kültürel ve sosyal normları göz önünde bulundurularak incelemesi gerekmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki girişimcilik tercihleri ile gelişmiş ülkeler arasındaki tercihlerde toplumsal ve kültürel normların etkisine ilişkin daha geniş bir evrende yapılacak olan araştırmalar pratik öneme sahiptir. Ayrıca gelecekte ki araştırmalar rol modelinin, girişimcilik performansı üzerinde ki etkisine odaklanmalıdır. Literatür incelemesinin sonuçları, girişimciliği tanımlamak için kullanılan yaklaşımların hiçbirinin girişimciliğin kapsamlı bir resmini vermediğini göstermiştir. Girişimciliğin ortak bir tanımı eksiktir. Bu konuda yapılacak çalışmaların literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Literatürde tersine göç ve kadın girişimciliği konusunda çalışmalara ihtiyaç vardır. Bunun yanı sıra küresel cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesinde kadınları girişimcilerin oynadığı önemli roller göz önünde bulundurularak sosyolojik bakış açısı ile toplumsal normların ele alındığı nitel araştırmalar yapmak önemlidir.

KAYNAKÇA

Acker, J. (1992). From Sex Roles To Gendered Institutions. *Contemporary Sociology*. 21(5): 565-569.

Ağca, V. (2005). Girişimcilik, Girişimcilik Yaklaşımları ve Girişimsel Süreç: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1): 149-168.

Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Theory and Practice*. 30: 595-621.

Ahl, H., Berglund, K., Pettersson, K. ve Tillmar, M. (2016). From Feminism to FemIncism: On the Uneasy Relationship Between Feminism, Entrepreneurship and the Nordic Welfare State. *The International Entrepreneurship and Management Journal*. 12(2): 369-392.

Ahl, H. ve Marlow, S. (2012). Exploring the Dynamics of Gender, Feminism and Entrepreneurship: Advancing Debate to Escape a Dead End?. *Organization*. 19(5): 543-562.

Ahmad, S. ve Bajwa, I.A. (2023). The Role of Social Entrepreneurship in Socio-Economic Development: A Meta-analysis of the Nascent Field. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 15(1): 133-157.

Aidis, R. (2003). Entrepreneurship and Economic Transition. *Tinbergen Institute Discussion Paper*. 15(2): 1-29.

Akehurst, G., Simarro, E. ve Mas-Tur, A. (2012). Women Entrepreneurship in Small Service Firms: Motivations, Barriers and Performance. *The Service Industries Journal*. 32(15): 2489-2505.

Akkol, M.L. (2023). Kültür ve Eğitim. *Eğitim Sosyolojisi* (ss. 149-163). Ankara: Vize Basın Yayın.

Akkuş, Y., Akdoğan, Ç. ve Akyol, A. (2019). Girişimcilik Niyetini Etkileyen Temel Kişilik Özellikleri ve Girişimci Kişilik Boyutları: Trakya Örneği. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 3(1): 1-13.

Aksay, B. (2019). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Son 10 Yılı: Alanyazın Taraması ve Öneriler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (35): 35-51.

Aksay, S. (2021). *Düşünsel Değişim ve Kadın Girişimcilik: Bourdieu'nün Teorisinin Uygulanması*. *Girişimcilik ve İşletme Araştırmaları Dergisi*. 14(2): 127-145.

Akyol, C. (2017). Girişimci Kadınların Bölge Kalkınmasına Katkıları: Artvin Örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*. 9 Kadın Özel Sayısı: 448-464.

Alada, Dinç, A. (2001). İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Üzerine Notlar. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*. 23-24: 47-52.

Almeida, M. A. (2012). Water and Waste Management in the Moroccan Tourism Industry: the Case of Three Women Entrepreneurs. *Women's Studies International Forum*. 35: 343–353.

Alp, Toprakçı, G. ve Aksoy, B. (2019). Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaya: Nitel Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 11(27): 127-148.

Alpdoğan, H. ve Yıldırım, B. (2023). İktisadi Düşünceler Çerçevesinde Geleneksel Girişimcilik ve Yeni Nesil Girişimcilik Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Business and Trade*. 4(2): 248-260.

Altınışik, İ ve Külen, C. (2020). Girişimcilik Kültürü ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Teorik Bir Değerlendirme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 22(39): 277-290.

Aras, E.E. ve Çamur, C.K. (2020). Turizm Girişimciliği. Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi.

<https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/turizm-girisimciligi> (22.07.2024).

Ardıç, Yetiş, Ş. ve Çalışkan, N. (2020). Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: Mevcut Duruma İlişkin Bir Değerlendirme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 18(3): 105-119.

Arıcı, F. (2021). Göç ve Girişimcilik: Erzurum İli Üzerine Değerlendirme. *International Journal of Geography and Geography Education*. 44: 320-337.

Arıkan, C. (2016). Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği. *Journal of Management and Economics Research*. 14(3): 138-156.

Arıkan, E. (2019). Feminist Düşünce ve Feminist Hukuk İçin Radikal Bir Kılavuz: Catharine A. Mackinnon. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 21(2): 661-684.

Arslan, İ.K. ve Toksoy, M.D. (2017). Türkiye'de Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*. 1(1): 123-148.

Aslan, S. (2019). Yaşam Stili Turizm Girişimciliği Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *International Social Sciences Studies Journal*. 5(30): 617-625.

Aslan, Ş. ve Atabey, A. (2007). Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi. *Journal of Azerbaijani Studies*. 12(1-2): 1-17.

Aşkın, E. ve Barış, S. (2016). Kadın İstihdamında Sosyal Sermayenin Etkisi: Tokat İlinde Kadın Girişimciler Üzerine Bir İnceleme. *Business and Economics Research Journal*. 7(2): 63-82.

Audretsc, D. B., Bönte, W. ve Tamvada, P.J. (2007). Religion and Entrepreneurship. *Jena Economic Research Paper*.2007(075) :1-27

Avcil, C. (2022). Yoksulluğun Cinsiyeti: Türkiye'de Kadın Yoksulluğuna Teorik Bakış. *Artuklu Kaime Uluslararası İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi*. Kongre Özel Sayısı: 110-134.

Ayrancı, E. ve Gürbüz, T. (2012). Considering Glass Ceiling in Turkey: Ideas of Executives in Education Sector Regarding Women in the Workplace. *International Journal of Human Resorce Studies*. 2(4): 126-151.

Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik Sosyo- Kültürel bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15: 139-160.

Aytaç Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 18: 101-120.

Bahar, O. ve Bozkurt, K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 21(2): 255-265.

Bakas, F.E. (2017). Community Resilience Through Entrepreneurship: The Role Of Gender. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 11(1): 61–77.

Bakay, M.E., Müftüoğlu, M., Nalbantoğlu, A. ve Çoçan, E. (2020). Kırsal Kesimlerdeki Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Nitel Bir Araştırma: Manisa-Demirci Örneği. *Journal of Yaşar University*. 15 Special Issue: 295- 306.

Ballı, A. (2017). Girişimci ve Girişimci Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 4(29): 143-166.

Bandura, A. (1993). Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning. *Educational Psychologist*. 28(2): 117–148.

Barro, R. ve McCleary, R. (2003). Religion and Economic Growth. *NBER Working Paper*. 9682. 1-52.

Baron, R., Markman, G ve Hirza, A. (2001). Perceptions of Women and Men as Entrepreneurs: Evidence for Differential Effects of Attributional Augmentin. *Journal of Applied Psychology*. 86(5): 923–929.

Bartke, S. ve Schwarze, R. (2008). Risk-averse By Nation or By Religion? Some Insights On The Determinants of Individual Risk Attitudes. *SOEP paper*. No. 131: 1-16.

Basılgan, M. (2010). Alman Tarihçi Okulu'nun Joseph Alois Schumpeter Üzerine Etkisi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*. 65(3): 23-50.

Basılgan, M. (2011). Ekonomik Gelişimin Yaratıcı Yıkımı: Schumpeteryan Girişimci. *Amme İdaresi Dergisi*. 44(3): 27-56.

Basu, A. ve Altınay, E. (2002). The Interaction Between Culture and Entrepreneurship in London's Immigrant Businesses. *International Small Business Journal*. 20(4): 371-393.

Başar, M., Ürper, Y. ve Tosunoğlu, B. T. (2013). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Baum, J.R. ve Locke, E.A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*. 89(4): 587-598.

Baysal, H. (2020). Türkiye'de Kadın Girişimci Yazını (1996-2020) Pandemi Öncesi Görünüm, Pandemi Sonrası İçin Yol Gösterici Olabilir mi.? *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*. 4(Özel Sayı 1): 50-71.

Bedük, A. (2005). Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 4(12): 106-117.

Bedük, A., Eryeşil, K. ve Oğuz, H. (2016). Kadın Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*. 19(41) : 1- 15.

Berg, B.L. ve Lune, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Çev.

Beqo, I. ve Gehrels, A.S. (2014). Women Entrepreneurship in Developing Countries: A European Example. *Research in Hospitality Management*. 4(1-2): 97-103.

Biernacka, A., Queder, S.A.R. ve Kressel, G.M. (2018). The Connective Strategies of Bedouin Women Entrepreneurs in The Negev. *Journal of Arid Environments*. 149: 62–72.

Bird, B. ve Brush, C. (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 26(3): 41-65.

Bilge, H. ve Bal, V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 16(2): 131-148.

Birley, S., Moss, C. ve Saunders, P. (1987). Do Women Entrepreneurs Require Different Training.? *American Journal of Small Business*. 12(1): 27–35.

Bradley, H. (2007). *Gender*. London: Polity Press.

Breton, M. (1994). On The Meaning of Empowerment and Empowerment-Oriented Social Work Practice. *Social Work With Groups*. 17: 23-37.

Brooks, A.W., Huang, L., Kearney, S.W. ve Murray, F.E. (2014). Investors Prefer Entrepreneurial Ventures Pitched by Attractive Men. *Psychological and Cognitive Sciences*. 111(12): 4427-4431.

Brüderl, J. ve Preisendörfer, P.(1998). Network Support and The Success of Newly Founded Businesses. *Small Business Economics*. 10(3): 213-225.

Boğaziçi Campus (2024). <https://bogazicicampus.com/zarafet-ve-kadin/>

Bosma, N. ve Harding, R. (2006). *GEM 2006 Summary Results*. London Business School, Babson College, MA, available at: www.gemconsortium.org

Bourdieu, P. (1990). *In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology* (Çev. M. Adamson.). Stanford, California: Stanford University Press.

Bourdieu, P. (2006) *Televizyon Üzerine* (Çev: Halime Yücel) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bowden, P. ve Mummery, J. (2009). *Understanding Feminism*. New York: Acumen Press.

Bowe, D.D. ve Hisrich, R.D. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. *Academy of Management Review*. 11(2): 393-407.

Boyacıoğlu, E.Z. (2014). Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 4(2): 82-90.

Boyd, N.G. ve Vozikis, G.S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on The Development of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4): 63–77.

Bozkurt, Ö.Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan, A.M. (2012). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 15(1): 229-247.

Bozyiğit, S. ve Yaşa, E. (2015). Ailenin Rol Model Alınmasının ve Aile Desteğinin Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*. 19(1): 59-79.

Brush, C., Edelman, L.F., Manolova, T. ve Welter, F. (2018). A Gendered Look At Entrepreneurship Ecosystems. *Small Business Economics*. 53: 393–408.

Brüderl, J. ve Preisendörfer, P. (1998). Network Support and the Success of Newly Founded Business. *Small Business Economics*. 10(3): 213-225.

Bula, H.O N. (2012). Entrepreneurship Development, Culture and Practice: A Theoretical Analysis of Literature. *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*. 2(8): 456-466.

Bull, I. ve Willard, G.E. (1993). Towards at Theory of Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. 8(3): 183-195.

Busenitz, W.L. (2007). Discussant Comments. Progress in Understanding Entrepreneurial Behavior. *Strategic Entrepreneurial Journal*. 1: 183-185.

Byrne, J., Fattoum, S. ve Diaz Garcia, M. C. (2019). Rol Models And Women Entrepreneurs: Entrepreneurial Superwoman Has Her Say. *Journal of Small Business Management*. 57(1):154-184.

Caliendo, M., Fossen, F.M. ve Kritikos, A.S. (2009). Risk Attitudes Of Nascent Entrepreneurs–New Evidence From An Experimentally Validated Survey. *Small Business Economics*. 32(2): 153–167.

Can, Y. ve Karataş A. (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Yerel Ekonomiler Özel Sayısı: 251-261.

Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. ve Carland, J. A. C. (1984). Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. *Academy of Management Review*. 9(2): 354-359.

Carland, J.W., Hoy, F. ve Carland, J.A.C. (1988). "Who is An Entrepreneur" Is a Question Worth Asking. *American Journal of Small Business*. Spring: 33-39.

Carr, E.S. (2003). Rethinking Empowerment Theory Using a Feminist Lens: The Importance of Process. *Affilia*. 18(1): 8-20.

Carter, S., Shaw, E., Lam, W. ve Wilson, F.(2007). Gender, Entrepreneurship, and Bank Lending: The Criteria and Processes Used by Bank Loan Officers in Assessing Applications. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31(3): 427-444.

Cejka, M.A. ve Eagly, A.H. (1999). Gender-Stereotypic Images of Occupations Correspond to the Sex Segregation of Employment. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 25(4): 403-536.

Chen, C.C., Greene, P.G. ve Crick, A. (1998). Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs From Managers? *Journal of Business Venturing*. 13(4): 295-316.

Chen M, ve Hambrick D. (1995). Speed, Stealth and Selective Attack: How Small Firms Differ. *Academy of Management Journal*. 38: 453–483.

Colin, J.G. ve Silevin, D.P. (1991). A Conceptual Model Of Entrepreneurship as Firm Behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Fall: 7-25.

Coleman, J.S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*. 94: 95-120.

Costa, C., Carvalho, I. ve Breda, Z. (2010). Gender Inequities in Tourism Employment: The Portuguese Case. *Revista Turismo and Desenvolvimento*. 15: 37-52.

Creswell, J.W. (2016). Beş Nitel Araştırma Yaklaşımı. *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* (ss.69-110).Çev. Miraç Aydın. Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım.

Cromie, S. (2000). Assessing Entrepreneurial Inclinations: Some Approaches Empirical Evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 9(1): 7-30.

Cope, J. (2005). Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29(4): 373-397.

Covin, J.G. ve Slevin, D.P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16(1): 7-25.

Croson, R. ve Gneezy, U. (2009). Gender Differences in Preferences. *Journal of Economic Literature*. 47(2): 448-474.

Çakır, S. (2008). Kapitalizm ve Patriyarkaya Karşı: Sosyalist Feminizm. *Toplum ve Demokrasi dergisi*. 2(4): 185-196.

Çakmak, O. (2003). Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi. *İktisadiyat Dergisi*. 8: 63-77.

Çelik, C. ve Özdevecioğlu, M. (2001). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 1. Orta Anadolu Kongresi (Nevşehir): 487-498.

Çetin, A.İ. ve Sevüktekin, P.M. (2014). Türkiye’de Kadın İstihdamının Geleceği. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*. 10(2): 52-83.

Çetinel, E. ve Yılmaz, S.E. (2016). Feminist Teori: Yönetim ve Organizasyon Alanına Eleştirel Bir Yaklaşım. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 6(2): 119-148.

Çiçek, B. ve Karakaş, Y.E. (2020). Girişimcilerin Gözünden Girişimciliği Etkileyen İçsel ve Dışsal Faktörler. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 15(23): 1849-1884.

Çiftçi, M. (2010). Türkiye’de İşsizliğe Çözüm Önerisi Olarak Kadın Girişimciliğinin Geliştirilmesi: Mikro Kredi Uygulamaları. *Çimento İşveren Dergisi*. Eylül 2010: 42-54.

Çitçi, U.S. ve Coşkun, R. (2012). Sosyal Ağ Kullanımında Süreç Yaklaşımı: Girişimcilerin Sosyal Ağları Kullanımında Farklılaşmanın Değerlendirilmesi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 12(23): 125-156.

Çitçi, S.U. ve Memiş, Sağır, P. (2017). Potansiyel Erkek Girişimcilerin Perspektifinden Kadın Girişimciliği. *Kadın/Women 2000 Kadın Araştırma Dergisi*. 18(1): 41-62

Çögürçü, İ. (2016). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 35: 65-80.

Dağıstan, U. (2019). Girişimcilik Kavramı ve Kültür Olgusu. *Social Science Studies Journal*. 5(34): 2337-1587.

Davidsson, P. ve Honig, B. (2003). The Role Of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*. 18(3): 301–331.

De Bruin, A., Brush, C.G. ve Welter, F. (2006) Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 30(5): 585–593.

De la Fuente Cabrero, C., Segovia-Perez, M. ve Figueroa-Domecq, C. (2014). Implications Of Financial Institution Support For Women's Business Projects. *ESIC Market Economic and Business Journal*. 45(3): 515–552.

Demir, A.K. (2020). Coğrafi Keşiflerin Ekonomi ve Kamu Yönetimi Sistemine Katkıları: Merkantilizm ve Kameralizm. *Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 29(1): 118-135.

Demir, F. (2023). Girişimci Liderlik: Kavram, İlişki ve Yaklaşımlar. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (43): 444-478.

De Vita, L., Mari, M. ve Poggesi, S. (2014). Women Entrepreneurs In And From Developing Countries: Evidences From The Literature. *European Management Journal*. 32(3): 451-460.

Diaz-Carrion, I. (2018). Tourism Entrepreneurship And Gender In The Global South: The Mexican Experience. In S. Cole (Ed.). *Gender Equality And Tourism: Beyond Empowerment* (pp. 108–117). United Kingdom: CABI.

Dinçer, P. (2019). Being an Insider and/or Outsider In Feminist Research: Reflexivity as a Bridge Between Academia and Activism. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8(4): 3728-3745.

Dikici, E. (2016). Feminizmin Üç Ana Akımı: Liberal, Marxist ve Radikal Feminizm Teorileri. *The Journal of Academic Social Science Studies*. 43: 523-532.

Doğan, N. (2021). Kadın Girişimcilerin Özellikleri ve Erkek Girişimcilerden Farklılıkları. *Journal of Management and Economics Research*. 19(3): 22-34.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practise and Principles*. New York. Harper and Row.

Dumlu, E. (2022). Sanayi Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Sorunlar ve Emeğin Değeri: Konya Örneği. *Olgu Sosyoloji Dergisi*. 1(1): 11-18.

Durdu, Z. (2009). Modern Devletin Dönüşümünde Bir Ara Dönem: Sosyal Refah Devleti. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 22: 37-50.

Dursun, O. (2018). Toplumu Perre Bourdieu İle Düşünmek. *Global Medical Journal*. 8(16): 68-123.

Dündar, O. (2017). Merkantilizme Karşı Kapitülasyon Politikası: Osmanlı Örneği. *International Journal of Disciplines Economics and Administrative Sciences Studies*. 3(4): 239-247.

Ecevit, Y. (1993). Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi: Kadın Girişimciliğine Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar. Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı: Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Semineri. 74: 15-34.

Ecevit, Y. (2007). *Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım*. Ankara: Uluslararası Çalışma Ofisi (ILO).

El Harbi, S., Anderson, A., ve Naima, M. (2009). The Attractiveness of Entrepreneurship for Females and Males in a Developing Arab Muslim Country: Tunisia. *International Business Research*. 2(3): 46–53.

England, P. (2010). The Gender Revolution: Uneven and Stalled. *Gender & Society*. 24(2): 149-166.

Entrepreneur's Source (2024). Women's Entrepreneurship is Booming Right Now. https://entrepreneurssource.com/blog/e-source-says/women-entrepreneurship/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=women-entrepreneurship (26.06.2024)

Er, H.P. (2013). Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 29: 75-85.

Eray, Ş. (2019). Teorik Bir Tartışma Olarak Feminizm ve Bürokrasi. *Third Sector Social Economic Review*. 54(3): 1064-1077.

Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilgi Bahar*. 49: 59-80.

Erdem, B. K. ve Karakoç, E. (2019). Reklamlarda Kadının Ableist Temsilinden Dijital Feminist Perspektifin Aktivizmine: Erktolia. org Örneği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*. (34): 144-164.

Eren, A.A. (2023). Sir William Petty: Merkantilist bir Düşünür mü.? *Ekonomist Yaklaşım*. 22(79): 45-70

Erol, Önder P. ve Eskici, Z.G. (2021). Pierre Bourdieu Ve Sosyolojide Bilimsel Düşünümsellik Üzerine. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 14(77): 741-746

Erkol, Bayram, G. (2018). Kadın Girişimciler ve Turizm: Mevcut Durum ve Sorunlar Üzerine Sinop İlinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırma Dergisi*.10(2): 56-88.

Ersözlü, S. (2024). Pierre Bourdieu'nün Sembolik Şiddet Kuramı Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*. (28): 1-19.

Eser, M. ve Yıldız, M.L. (2015). Türkiyede Girişimcilik Çalışmalarının Odağı Nedir? Yazın Üzerine bir İnceleme. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*. 11(43): 91-117

Eyel, C.Ş. , Ünkaya, G. ve Kaplan, B. (2018). İktisadi Düşünce Tarihi Çerçevesinde Girişimcilik Kavramının Gelişimi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 18(35): 557-586.

Eyitmiş, A.M. ve Sezer, F. (2022). Suriyeli Yükseköğrenim Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetleri: Karma Yöntemli Bir Araştırma. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 7(14): 206-227.

Fagenson, E.A. ve Marcus, E.C. (1991). Perceptions of The Sex-Role Stereotypic Characteristics of Entrepreneurs: Women's Evaluations. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 15(4): 33-48.

Fidan, F. ve Nam, D. (2012). Kırsal Turizm Kapsamında Yöre Halkının Kalkındırılması: Erzurum Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 2: 51-57.

Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Fillion, L.J. (1998). From Entrepreneurship to Entreprenoloji. *Working Paper No.1997*. 5: 1-17.

Fillis, I. (2007). Celtic Craft and the Creative Consciousness as Contributions to Marketing Creativity. *Journal of Strategic Marketing*. 15(1): 7-16.

Fillis, I. ve Rentschler, R. (2010). The Role of Creativity in Entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*. 18(1): 49-81.

Formaini, R.L. (2001). The Engine of Capitalist Process: Entrepreneurs in Economic Theory. *Economic and Financial Policy Review*. Q IV: 2-11.

Foss, L. (2010). Research on Entrepreneur Networks: The Case for a Constructionist Feminist Theory Perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 2(1): 83-102.

Foss, L., Henry, C., Ahl, H. ve Mikalsen, G.H. (2019). Women's Entrepreneurship Policy Research: a 30-Year Review of The Evidence. *Small Business Economics*. 53: 409-429.

Freytag, A. ve Thurik, A.R. (2007). Entrepreneurship and Its Determinants in a Cross-Country Setting. *Journal of Evolutionary Economics*. 17(2): 117–131.

Friedland, R. (2009). The Endless Fields of Pierre Bourdieu. *Organization*. 16(6): 887-917.

Gaglio, C.M. ve Katz, J.A. (2001). The Psychological Basis of Opportunity Identification: Entrepreneurial Alertness. *Small Business Economics*. 16(2): 95-111.

Gaglio, C. (2004). The Role of Mental Simulations and Counterfactual Thinking in The Opportunity Identification Process. *Entrepreneurship Theory and Process*. 28: 533-552.

Gartman, D. (2002). Bourdieu's Theory Of Cultural Change: Explication, Application, Critique. *Sociological Theory*. 20(2): 255-277.

Gartner, William, B. (1985). A Framework for Describing and Classifying the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*. 10(4): 696-706.

Gartner, William, B. (1989). Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 43(4): 47-67.

Gartner, William, B. (1993). Words Lead to Deeds: Towards an Organizational Emergence Vocabulary. *Journal of Business Venturing*. 8(3): 231-239.

Gartner, William, B. (2001). Is There an Elephant In Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 25(4): 27-39.

Gedik, H. ve Gürbüz, G.B. (2017). Girişimcilik ve Pazarlamada Kadın İşgücünün Artan Önemi. *International Journal of Social Science*. 63: 421-434.

Georgellis, Y. ve Wall, H. (2005.) Gender Differences in Self-employment. *International Review of Applied Economics*. 19: 321–337.

Gerni, M., Nişancı, M., Çelik, A.A. ve Yurttañıkılmaz Ç.Z. (2013). Geçiş Ekonomilerinde Girişimciliğin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri. *International Conference On Eurasian Economies* (ss. 761-767). Beykent Üniversitesi. St. Petersburg, Rusya. 17-18 Eylül 2013.

Ghiasvand, F. (2020). Investigating the Factors Affecting Students Entrepreneurial Self- Efficacy with Emphasis on Family Norms. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*. 6(4): 73-86.

Gnyawali, D.R. ve Fogel, D.S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(4): 43–62.

Gonzalez, J.M.G., Bretones, F.D., Zarco, V. ve Rodriguez, A. (2011). Women, Immigration and Entrepreneurship in Spain: A Confluence of Debates in The Face of a Complex Reality. *Women's Studies International Forum*. 34: 360–370.

Gorji, M.B. ve Rahimian, P. (2011). The Study of Barriers To Entrepreneurship to Men and Women. *Australian Journal of Business and Management Research*. 1(9): 31-36

Gökakın, Z.Ö. (2000). Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Girişimci Kadın Profili. 8. *Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 109-123).Nevşehir

Gökkaya, B. (2014). Cam Tavan, Kadın ve Ekonomik Şiddet. *International Journal of Social Science*. 26: 371-383

Gönenç, Güler, E. (2009). Otel İşletmelerinde Değer Yaratma ve Müşteri Değeri Algılaması Üzerine Bir Araştırma: Edirne'deki Oteller Örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*. 20(1): 61-76.

Göngen, M.A. (2013). Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu Küreselleşmeyi Yöneten Üç Ana Kurum: IMF, Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü. *SDU Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 29: 117-134.

Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. 9(3): 481-510.

Gries, T. and Naude, W.A. (2010) Entrepreneurship and Structural Economic Transformation. *Small Business Economics Journal*. 34(1): 13–29.

Gutierrez, L. (1995). Understanding the Empowerment Process: Does Consciousness Make a Difference? *Social Work Research*. 19: 229-237.

Gupta, V., Macmillan, I.C. ve Surie, G. (2004). Entrepreneurial Leadership: Developing and Measuring A Cross-Cultural Construct. *Journal of Business Venturing*. 19(2): 241-260.

Gupta, V.K., Turban, D.B., Wasti, S.A. ve Sikdar, A. (2005). Entrepreneurship and Stereotypes: are Entrepreneurs From Mars or From Venus? *In Academy of Management Proceedings*. 1: 1-6.

Gül, Sallan, S. ve Altındal, Y. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün mü?. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 21(4): 1361-1377.

Göküş, M., Özdemiray, S.M. ve Göksel, Z.S. (2013). Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 29: 87-97.

Güloğlu, Kahraman, F. (2022). Güçlendirme Yaklaşımı Çerçevesinde Engelli Kadınlar İçin Sosyal İçermede Olumlu Stratejiler. *Social Sciences Research Journal*. 11(1): 143-156.

Gümüsoğlu, Ş. ve Karaöz, B. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 3(1): 97-118.

Güneş, F. (2017). Feminist Kuramda Ataerki Tartışmaları Üzerine Eleştirel Bir İnceleme. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 27(2): 245-256.

Güney, S. (2006). Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(1): 25-43.

Güney, S. (2008). *Girişimcilik* (3. Baskı). Ankara: Siyasal Kitapevi

Günsoy, G. ve Özsoy, C. (2012). Türkiye'de Kadın İşgücü, Eğitim ve Büyüme İlişkisinin VAR Analizi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*. 49(568): 21-40.

Gürbüzel, G.B. ve Gedik, H. (2017). Girişimcilik ve Pazarlamada Kadın İş Gücünün Artan Önemi. *The Journal of Academic Social Science Studies*. 63: 421-434.

Gürol, Y. ve Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education and Training*. 48(1): 25-38.

Gorji, M.B. ve Rahimian, P. (2011). The Study of Barriers To Entrepreneurship to Men and Women. *Australian Journal of Business and Management Research*. 1(9): 31-36.

Greer, M.J. ve Greene, P.G. (2003). Feminist theory and the study of entrepreneurship. *New perspectives on women entrepreneurs* (ss. 1-23). Information Age Publishing.

Hall, M.C. ve Williams, A. (2008). *Tourism and innovation*. Routledge: London.

Halaç, D.S. ve Meşe, G. (2021). Toplumsal Cinsiyet Bakış Açısından Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Durumu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (68): 255-270.

Handy, F. ve Kassam, M. (2006). Practice What You Preach: The Role Of Rural NGOs In Women’s Empowerment. *Journal of Community Practice*. 14(3): 69–91.

Hanks, W.F. (2005). Pierre Bourdieu and the Practices of Language. *Annual Review of Anthropology*. 34(1): 67–83

Harbalıoğlu, M., Özel, G. ve Erkan, B. (2013). Kilis İlinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Sosyo-Ekonomik Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 3(2): 55-61.

Harper, D. (1998). Institutional Conditions for Entrepreneurship. *Advances in Austrian Economics*. 5: 241-275

Hattab, H.W. (2014). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt. *The Journal of Entrepreneurship*. 23(1): 1-18.

Haynie J.M., Shepherd, D.A. ve McMullen, J.S. (2009). An Oppotunity for Me? The Role of Resources in Opportunity Evaluation Decisions. *Journal of Managment Studies*. 46(3): 337-361.

Hébert, R.F. ve Link, A.N. (1989). In Search of The Meaning of Entrepreneurship. *Small business economics*. 1: 39-49.

Hebert, F.R. ve Link, N.A. (2006). The Entrepreneur as Innovator. *The Journal of Technology Transfer*. 31(5). 589-597.

Hebert, F.R. ve Link, N.A. (2009). *A History of Entrepreneurship*. Routledge: London

Heilman, M.E., Wallen, A.S., Fuchs, D. ve Tamkins, M.M. (2004). Penalties for Success: Reactions to Women Who Succeed at Male Gender-typed Tasks. *Journal of Applied Psychology*. 89(3): 416.

Heise, L., Ellsberg, M., ve Gottmoeller, M. (2002).A Global Overview of Gender-Based Violence. *International Journal of Gynecology & Obstetrics*. 78(1): 5-14.

Holmquist, C. ve Sundin, E. (1988). Women as Entrepreneurs in Sweden: Conclusions from a Survey. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 1988: 626–642.

Hotho, S. ve Champion, K. (2011). Small Businesses in the New Creative industries: Innovation as a People Management Challenge. *Management Decision*. 49(1): 29–54.

Hoyt, C.L. ve Simon, S. (2011). Female Leaders: Injurious or Inspiring Role Models for Women? *Psychology of Women Quarterly*. 35(1): 143-157.

Huber, J. (1976). Toward a Sociotechnological Theory of The Women's Moment. *Oxford University Press*. 23(4): 371-388.

Hughes, K.D., Jennings, J.E., Brush, C., Carter, S. ve Welter, F. (2012). Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 36(3): 429-442.

Ignatow, G. ve Robinson, L. (2017). Pierre Bourdieu: Theorizing The Digital. *Information, Communication & Society*. 20(7): 950-966.

İlhan, S. (2003). Sosyo- Ekonomik bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*. 11: 61-79

İlhan, S. ve Oruçlu, F. (2023).Diyarbakırlı Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*. 4(2): 119-133.

İstanbulu Dinçer, F., Akova, O.,Ertuğral, S.M., Aydoğan, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: İmkanlar ve Engeller. *Eurasian Academy of Sciences Social Sciences Journal*. 1: 379-395.

Işık, E. (2023). Homoeconomicus'tan Girişimciye İktisat Sosyolojisinden Girişimcilik Sosyolojisine Bir Disiplinin Yol Haritası. *Başkent Üniversitesi Ticaret Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 7(2): 108-128

İpçioğlu, İ., Eğilmez, Ö. ve Şen, H. (2018). Cam Tavan Sedronu: İnsan Kaynakları Yöneticileri Bağlamında Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 10(25): 686-709.

Irefin, P., Ifah, S.S. ve Bwala, M.H. (2012). Organizational Theories and Analysis: A Feminist Perspective. *International Journal of Advancements in Research and Technology*. 1(1): 71-97.

İrmiş, A. ve Barutçu, E. (2012). Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 26(2): 1-25.

Jagannathan, R., Camasso, H.J., Das, B., Tosun, J. ve Sadagopan, I. (2017). Family, Society and The Individual: Determinants of Entrepreneurial Attitudes Among

Youth in Chennal, South India. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 7(11): 1-22.

Jennings, J.E. ve Brush, C.G. (2013). Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) The Broader Entrepreneurship Literature.? *The Academy of Management Annals*. 7(1): 663–715

Kaminski, M., Kaufman, J., Graubarth, R. ve Robins, T. (2000). How do People Become Empowered? A Case Study of Union Activists. *Human Relation*. 53: 1357-1383.

Kaplan, M. ve Yardımcıoğlu, M. (2020). Alan, Habitus Ve Sermaye Kavramlarıyla Pierre Bourdieu. *Habitus Toplumbilim Dergisi*. (1): 23-37.

Karabulut, A.T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini Ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. 26(1): 331-356.

Karadirek, G. (2023). Kadınların Kariyer Gelişiminde Cam Tavan, Mesleki Öz Yeterlik, Rol-Model ve Güç Mesafesinin Rolü: Ordu İl Sağlık Müdürlüğü Kamu Hastaneleri Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 14(38): 496-515.

Karatepe, S. ve Arıbaş, N.N. (2017). İş Hayatında Kadın Yöneticilere İlişkin Cinsiyet Ayrımcılığı: Türkiye İçin Bir Değerlendirme. *Yasama Dergisi*, (31): 7-23.

Katz, J.A. ve Gartner, W.B. (1988). Properties of Emerging Organizations. *Academy of Management Review*.13(3): 429-441.

Kaygısız, A.D. (2023). Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. Yılında Turizm. *Bilge International Journal of Social Research*. 7(2). 124-133.

Kendirli, H.Ç. ve Şenöz, Ş.A. (2019). Hizmet Sektöründe Kadın Girişimciler: Çorum Araştırması. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*. 4(1): 93-118.

Keskin, S. (2017). Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergi*. 1(1): 4-76

Kılınç, S. ve Yener, S. (2019). Din ve Girişimcilik. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*. 10(3): 508-521.

Kırçiçek, B. ve Aytar, O. (2021). Kadın Girişimciliği: Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 12(24): 493-515.

Kızılaslan, N. ve Karaömer, M. (2015). Hatay İli Kırsalındaki Kadınların Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi. *Turkish Journal Of Agriculture-Food Science And Technology*. 3(6): 371-379.

Kızıldemir, Ö. ve Şimşek, E. (2021). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemeklerin Restoranlarda Sunulması Üzerine Bir Araştırma: Şarköy Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 18(1): 224-239.

Kim, G. (2007). The Analysis of Self-employment Levels Over The Life-cycle. *Quarterly Review of Economics and Finance*. 47(3): 397.

Kitabcı, İ. (2019). Joseph Schumpeter'in Girişimcilik ve İnovasyon Anlayışı: Yaratıcı Yıkım Kavramı ve Geçmişten Günümüze Yansımaları. *Uygulamalı Ekonomi ve Sosyal Bilimler Dergisi*. 1(2): 54-74.

Kocacık, F. ve Gökkaya, V.B. (2005). Türkiye'de Çalışan Kadınlar ve Sorunları. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 6(1): 195-219.

Koç, Ö.E. (2014). Refah Devleti Anlayışı Çerçevesinde Geçiş Ekonomilerinde Sağlık Harcamaları. *Uluslararası Avrasya Ekonomileri Konferansı Kitabı* (ss.568-575). Beykent Üniversitesi ve Ss. Cyril and Methodius University in Skopje. Üsküp-Makedonya. 1-3 Temmuz 2014.

Koçak, Ö.E. (2019). *Girişimcinin Psikolojisi*. Kuram ve Uygulamada Girişimcilik (ss. 11-28). Konya: Çizgi Kitapevi.

Koh, H.C. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA Students. *Journal of Managerial Psychology*. 11 (3): 12-25.

Koh, Y.K. ve Hatten, S.T. (2008). The Tourism Entrepreneur: The Overlooked Player in Tourism Development Studies. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 3(1): 21-48.

Korkmaz, A. ve Korkut, G. (2012), Türkiye’de Kadının İşgücüne Katılımının Belirleyicileri. *SDÜ İktisadi ve İdari Bilimleri Dergisi*. 17(2): 41-65.

Korkmaz, H. (2022). Modern Dönemde Geleneksel Kültür Kodlarının /Ataerkil Yapının Aile Hayatına Yansıması. *Antakiyat/ Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 5(1): 54-71.

Koutsou, S., Notta, O., Samathrakis, V. ve Partalidou, M. (2009). Women’s Entrepreneurship and Rural Tourism in Greece. *Private Enterprises and Cooperatives, Sount European Society and Politics*. 14(2): 191-209.

Kristiansen, S. ve Indarti, N. (2004). Entrepreneurial Intention Among Indonesian and Norwegian Students. *Journal of Enterprising Culture*. 12(1): 55-78.

Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kulich, C. ve Ryan, M.K. (2017). The Glass Cliff. *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management* (ss.1-34). Oxford: Oxford University Press.

Kurt, M., Ağca, V. ve Erdoğan, S. (2006). Afyonkarahisar İli Girişimcilik Performansının Coğrafi Bilgi Sistemleri ile Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*. VIII(2): 97-114

Kutunis, Özen, R. ve Hancı, A. (2004). Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları. *Osman Gazi Üniversitesi İİBF 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongre Bildirisi* (ss.....). Eskişehir.tarih Kasım

Kutluay, Tutar, F. ve Balkaya, D. (2021). Kadın Girişimciliğin Yerel Kalkınmadaki Rolü: Niğde Örneği. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*. 7(35): 111-119

Küçükaltan, D. (2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik. *ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 4(1): 21-27.

Küçükoğlu, M. T. ve Berber, Ş. (2018). Girişimcilik ve Yenilik: Türkiye'de Yayınlanan Lisansüstü Tezleri Üzerine Bir İnceleme. *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*. 5(15): 79-89.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023).

<https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=/assets/assets/uploads/yillar-ziyaret/2023/tursab-istatistik-aralik-2023-raporu.pdf> erişim tarihi: 19.06.2024.

Laguina, A., Wach, D., Garcia, Ael, C. ve Moriano, J.A. (2022). " Think Entrepreneur- Think Male" : The Effect of Reduced Gender Stereotype Threat on Women's Entrepreneurial Intention and Opportunity Motivation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. 28(4): 1001-1025.

Lai, K., Xiong, X., Jiang, X., Sun, M. ve He, L. (2020). Who Falls for Rumor? Influence of Personality Traits on False Rumor Belief. *Personality and Individual Differences*. 152: 1-6.

Langowitz, N., Sharpe, N. ve Godwyn, M. (2006). Women's Business Centers in the United States: Effective Entrepreneurship Training and Policy Implementation. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. 19(2): 167–181.

Liguori, E.W. ve Pittz, T.G. (2020). Strategies for Small Business: Surviving and Thriving in The Era of COVID-19. *Journal of the International Council for Small Business*. 1(2): 106-110.

Lin, N., Ensel, W.M. ve Vaughn, J. C. (1981). Social Resources and Strength of Ties: Structural Factors in Occupational Status Attainment. *American Sociological Review*. 46(4): 393–405.

Mahadea, D., Ramroop, S. ve Zewotir, T. (2011). Assessing Entrepreneurship Perceptions Of High School Learners in Pietermaritzburg, KwaZulu-Natal. *South African Journal of Economic and Management Sciences*. 14(1): 66–79.

Markman, G.D. ve Baron, R.A. (2003). Person-entrepreneurship Fit: Why Some People are More Successful as Entrepreneurs Than Others. *Human Resource Management Review*. 13(2): 281-301.

Markman, G.D., Baron, R.A. ve Balkin, D.B. (2005). Are Perseverance and Self-Efficacy Costless? Assessing Entrepreneurs' Regretful Thinking. *Journal of Organizational Behavior*. 26(1): 1-19.

Marlow, S. (2002). Women and Self-Employment: a Part of or Apart From Theoretical Construct.? *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 3(2): 83-91.

Marlo,S ve McAdam, M. (2013). Gender and Entrepreneurship: Advancing Debate and Challenging Myths; Exploring the Mystery of The Under-performing Female Entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 19(1): 114-124.

Marlow, S., Shaw, E. and Carter, S. (2009). Constructing Female Entrepreneurship Policy in The UK: Is The USA a Relevant Role Model.? *Environmental Planning C*. 26(1): 335-351

Masters, R. ve Meier, R. (1988). Sex Differences and Risk-taking Propensity of Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*. 26(1): 31–35.

Maxfield, S., Shapiro, M., Vipin, G.ve Hass, S. (2010). Gender and Risk: Women, Risk Taking and Risk Aversion. *Gender in Management: An International Journal*. 25(7): 586–604.

Mayoux, L. (2001). Tackling the Down Side: Social Capital, Women’s Empowerment and Micro-Finance in Cameroon. *Development and Change*. 32(3): 435-464.

Mehanna, R.A. (2003). International Trade. Religion, and Political Freedom: An Empirical Investigation. *Global Business and Economic Review*. 5(2): 284–296.

Mert, G. (20 Şubat 2021). *Girişimciliğin Olmazsa Olmazı: Cesaret*. Satın Alma Dergisi.

<https://satinalmadergisi.com/girisimciligin-olmazsa-olmazi-cesaret/>, (21.06.2024).

Miller, D. (1983). The Correlates Of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*. 29: 770-791.

Milliken, F.J., Martins, L.L. ve Morgan, H. (1998). Explaining Organizational Responsiveness to Work-Family Issues: The Role of Human Resource Executives as Issue Interpreters. *Academy of Management Journal*, 41(5), 580-592.

Minniti, M. (2009). History Of The Field. *Foundation And Trends In Entrepreneurship*. 5(7-8): 504-509.

Minniti, M. ve Bygrave, W. (2001). A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 25(3): 5–16.

Minniti, M. ve Nardone, C. (2007). Being In Someone Else’s Shoes: The Role of Gender in Business Performance and Risk-Taking Behavior. *Journal of Business Venturing*. 22(4): 223-238.

Minniti, M. ve Naudé, W. (2010). What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries? *European Journal of Development Research*. 22(3): 277-293.

Mirchandani, K. (1999). Feminist Insight on Gendered Work: New Directions in Research on Women and Entrepreneurship. *Gender, Work & Organization*. 6(4): 224-235.

Mischel, W. ve Shoda, Y. (1995). A Cognitive-affective System Theory of Personality: Reconceptualizing Situations, Dispositions, Dynamics, and Invariance in Personality Structure. *Psychological Review*. 102(2): 246-268.

Mueller, S.L. ve Thomas, A.S. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of Business Venturing*. 16(1): 51–75.

Muştu, Y. (2023). Dünyada ve Türkiye'de Dijital Kadın Girişimciliği. *Journal of Business in The Digital Age*. 6(1): 53-67.

Naffziger, W.D. , Hornsby, S.J. ve Kuratko, F.D. (1994). A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18(3): 29-41.

Nakipoğlu, A. (2023). Girişimcilik Düşüncesinin Evrimi. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*. 9(3): 113-148.

Naude', W.A. (2010) Entrepreneurship, Developing Countries and Development Economics: New approaches and Insights. *Small Business Economics Journal*. 34(1): 1–12.

Nelson, G., Lord, J. ve Ochocka, J. (2001). Empowerment and Mental Health in Community: Narratives of Psychiatric Consumer/Survivors. *Journal of Community and Applied Social Psychology*. 11: 125-142.

Neumeyer, X., Santos, S.C., Caetano, A., ve Kalbfleisch, P. (2019). Entrepreneurship Ecosystems and Women Entrepreneurs: A Social Capital and Network Approach. *Small Business Economics*. 53(2): 475-489.

Nichter, S. ve Goldmark, L. (2009). Small Firm Growth in Developing Countries. *World Development*. 37(9): 1453-1464.

Nijkamp, P. (2003). Entrepreneurship in a Modern Network Economy. *Regional Studies*. 37(4): 395-412.

Nouera, M., Alvarez, C. ve Urbano, D. (2013). Socio-cultural Factors and Female Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 9: 183-197.

Nosek, B.A. ve Banaji, M.R. (2002). Math=Male, Me=Female, Therefore, Math Not Equal Me. *Journal of Personality and Social Psychology*. 83(1): 44-59.

Obanya, P. (2005). Culture in Education and Education in Culture. *Fifth Conference of African Ministers of Culture* (ss. 2-12). African Union. Nairobi, Kenya. 10-14 Aralık 2005.

Ogbor, J.O. (2000). Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology-Critique of Entrepreneurial Studies. *Journal of Management Studies*. 37(5): 605-635.

Olson, S. F., & Currie, H. M. (1992). Female Entrepreneurs: Personal Value Systems and Business Strategies in a Male-dominated Industry. *Journal of Small Business Management*. 30(1): 49-56.

Onan, G. ve Saygın, M. (2022). Kadın Girişimciliği: Motivasyon Faktörleri ve Engeller. 7. *International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Kongress* (ss.681-692). Taşkent-Özbekistan.20-22 Temmuz 2022.

Öğüt, A. (2006). Türkiye’de Kadın Girişimciliğin ve Yöneticiliğin Önündeki Güçlükler: Cam Tavan Sendromu. *Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(1): 55-77.

Önal, M. ve Çelebi, E. (2020). Kendine Yetme Erdemi Olarak Aylaklık: Kinikler Örneği. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*. 6(2): 189-195.

Özçatal, E. Ö. (2011). Ataerkillik, Toplumsal Cinsiyet Ve Kadının Çalışma Yaşamına Katılımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 1(1): 21-39.

Özdevecioğlu, M. ve Çelik, C. (2000). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 8. *Ulusal Yön. Org. Kong. Bildirileri* (ss. , 487-498). Nevşehir.

Özen, İ.A., Karadeniz, G. ve Zaro, E. (2022). Kadın Girişimci Restoranlar ve Turist Tercihlerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 10(3): 2314-2326.

Özer, M. ve Biçerli, K. (2003). Türkiye’ de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* . 2003-2004: 55-86.

Özerkmen, N. ve Gölbaşı, H. (2012). Toplumsal Bir Olgu Olarak Şiddet. *Akademik Bakış Dergisi*. 28: 23-37.

Özkaya, M.O. (2009). Kadın Girişimcilere Yönelik "Strateji Geliştirmede" Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak Mümkün mü? *Journal of Management and Economics Research*. 7(11): 56-72.

Özkul, G. (2007). Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 12(3): 343-366.

Özpolat, G. (2024). Pierre Bourdieu’nün Toplumsal Eylem-Yapı Kuramı: Habitus Ya Da Toplumsal Pratiklerin Görünmez Rasyonalite İşlemcisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 11(1): 287-315.

Parsova, G. ve Eroğlu, D. (2018). Kır Kökenli Kadın Girişimciliğinin Ekonomik Şiddet ve Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 31: 153-166.

Patton, M. Q. (2014). Nitel Araştırmada Çeşitlilik. *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (ss.75-138). Çev. Yüksel Dede ve E. Işıl Bilican. Ankara: Pegem Akademi.

Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde “Habitus”, “Sermaye” Ve “Alan” Üzerine1. *Liberal Düşünce Dergisi*. (62): 121-141.

Palaz, S. ve Turgut ,B. (2009). Kadın Girişimcilerin Kişisel ve İş Yaşamına İlişkin Özellikleri, Motivasyonları ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma Örneği. *ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*.4(1): 99-115.

Payne, D. ve Joyner, B.E. (2006). Successful U.S. Entrepreneurs: Identifying Ethical Decision-making and Social Responsibility Behaviors. *Journal of Business Ethics*. 65(3): 203-217.

Praag, C. M. (1999). Some Classic Views on Entrepreneurship. *De Economist*. 147: 311-335.

Pektaş, G.A. ve Kurgun, H. (2023). Turizm Sektöründe Fark Yaratan Kadın Girişimciler. *International Congress On Eurasian Economies2023 Kitabı* (ss.160-170). İzmir- Türkiye. 19-20 Eylül 2023.

Pektaş, G.A. ve Kurgun, H. (2024). Güçlendirme Yaklaşımı Perspektifinden Kadın Girişimciler: Turizm Sektörü Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 12(2): 1382-1405.

Perktaş, E. (2014). Bölgesel Kalkınma Özelinde Girişimciliğin Ekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü. *Journal of Academic Social Science*. 2(7): 472-486.

Philipsen, K. (1998). Entrepreneurship as Organizing. In *DRUID Summer Conference* (ss.1-18). Bornholm, Denmark. 9-11 Haziran 1998.

Poorman, P.B. (2003). *Microskills and Theoretical Foundations for Professional Helpers*. Boston: Allyn and Bacon.

Poulaki, P., Kritikos, A., Vasilakis, N. ve Valeri, M. (2022). The Contribution of Female Creativity to the Development of Gastronomic Tourism in Greece: The Case of the Island of Naxos in the South Aegean Region. *In New Governance and Management in Touristic Destinations* (ss. 246-258). IGI Global.

Praag, C. M. (1999). Some Classic Views on Entrepreneurship. *De Economist*. 147: 311-335.

Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F. ve Fox, J. (2009). Explaining Entrepreneurial Intentions of University Students: A Cross-cultural Study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*. 15(6): 571-594.

Rae, D. ve Carswell, M. (2001). Towards a Conceptual Understanding of Entrepreneurial Learning. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 8(2): 150-158.

Rauch, A., ve Frese, M. (2007). Let's Put the Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on The Relationship Between Business Owners' Personality Traits, Business Creation, and Success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 16(4): 353-385.

Renko, M. (2020). Early Challenges of Nascent Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*. 11(1): 1045-1069.

Reynolds, P.D. (1991). Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions. *Entrepreneurship. Theory and Practice*. 16: 47-70.

Rouse, J. and Kitching, J. (2006). Do Enterprise Programmes Leave Women Holding The Baby? *Environmental Planning C: Government and Policy*. 24(1): 5-19.

Ruvio, A., Rosenblatt, Z. ve Hertz-Lazarowitz, R. (2010). Entrepreneurial Leadership Vision in Nonprofit vs. For-Profit Organizations. *The Leadership Quarterly*. 21(1): 144-158.

Sallan, Gül, S. (1999). Türkiye'de Kadın Olmak. *Turizmde Kadın Olmak* (ss. 11-27). İstanbul. Değişim Yayınları.

Sallan, Gül, S. ve Altındal, Y. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Serüveni. Başarı Mümkün mü? Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 21(4): 1361-1377.

Sarıdoğan, H. , Ö. (2020). Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye İçin Yapısal Kırılmalı Birim Kök ve Eşbütünleşme Analizi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. 15(3): 829-848.

Schein, V.E. (2001). A Global Look at Psychological Barriers to Women's Progress in Management. *Journal of Social issues*. 57(4): 675-688.

Sciascia, S. ve De Vita, R. (2004). The Development of Entrepreneur Research. *Liuc Papers n. 146. Serie Economia Aziendale*. 19: 1-30.

Seligman, M.E.P. (1991). *Learned Optimism*. New York: Knopf.

Sevinç, H. (2011). Bölgesel Kalkınma Sorunsalı: Türkiye'de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 6(2): 35-54.

Shane, S. ve Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*. 25: 217–226.

Siba, E. (25 Temmuz 2016). *Enabling Female Entrepreneurs and Beyond*. <https://www.brookings.edu/articles/enabling-female-entrepreneurs-and-beyond/>, (25.06.2024).

Shinnar, R.S., Giacomini, O. ve Janssen, F. (2012). Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 36(3): 465–493.

Simkova, E. (2007). Strategic Approach to Rural Tourism and Sustainable Development of Rural Areas. *Agricultural Economics*. 53(6): 263-270.

Sincer, E. (2017). İktisat ve Din İlişkisi: Literatür Değerlendirmesi Zihinsel Arka Plan ve Kurgu. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 22(3): 927-944.

Sincer, E. (2017b). Disiplinler Arası Perspektiften Girişimciliğe Bakış: İktisat, Psikoloji ve Sosyolojinin Gözünden Girişimcilik. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*. 1(1): 36-78

Singh, K.A. ve Krishna, K.V.S.M. (1994). Agricultural Entrepreneurship: The Concept and Evidence. *Journal of Entrepreneurship*. 3(1): 97-111.

Snyder, M.G. (1995) Feminist theory and planning theory: Lessons from feminist epistemologies. *Berkley Planning Journal* 10: 91–106

Sospeter, G.N., Rwelamila, P., Nchimbi, M. ve Masoud, M. (2014). Review of Theory and Practice Literature on Women Entrepreneurship in The Tanzanian Construction Industry: Establishing the Missing Link. *Journal of Construction in Developing Countries*. 19(2): 75-85.

Soylu, A. ve Ceylan, S. (2019). Turizm Girişimciliği: Kavram ve Literatür. 3. *International Symposium on Innovative Approaches in Specific Studies, ISAS 2019* (ss.29-35), Ankara. 19-21 Nisan 2019.

Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 65(1): 83-114

Soysal, A. (2013). Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği: Türkiye İçin Durum Değerlendirmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. 8(1): 163-189.

Srivastava, M. ve Shivani, S. (2023). Entrepreneurial Self- Efficacy on Indian Youth: Family Climate as a Driver. *Handbook on Research on Designing Sustainable Strategies to Develop Entrepreneurial Intention*. IGO Global: 303-325

Stefanović, S. ve Stošić, D. (2012). Specifics and Challenges of Female Entrepreneurship. *Economic themes*. 50(3): 327-343.

Strobl, A., Kronenberg, C. ve Peters, M. (2012). Entrepreneurial Attitudes and Intentions: Assessing Gender Specific Differences. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 15(4): 452–468.

Suganthi, J. (2009). Influence of Motivational Factors on Women Entrepreneurs in SMEs. *Asia Pacific Business Review*. 5(1): 95-104.

Şener, Ü. (2012). Kadın Yoksulluğu. *Mülkiye Dergisi*. 36(4): 51-67.

Şişman, M. (1996). Postmodernizm Tartışmaları ve Örgüt Kuramındaki Yansımaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*. 7(7): 451-464.

Şimşek, M. (2008). *Küreselleşen Dünyada Kadının Ekonomik Konumu* Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.

Tajeddini, K., Ratten, V. ve Denisa, M. (2017). Female Tourism Entrepreneurs in Bali, Indonesia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 31: 52-58.

Tambunan, T. (2008). Women Entrepreneurship in Asian Developing Countries. *African Journal of Gender and Women Studies*. 4(5): 1-14.

Tanrıverdi, H., Bayram, G.N. ve Alkan, M. (2016). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 11(1): 1-29.

Taş, G. (2016). Feminizm Üzerine Genel Bir Değerlendirme: Kavramsal Analizi, Tarihsel Süreçleri ve Dönüşümleri. *Akademik Hassasiyetler*. 3(5): 163-175

T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (2018). Faaliyet Raporu.

chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.aile.gov.tr/media/81736/2018-yili-faaliyet-raporu.pdf (24.04.2024)

T.C. Kültür ve Tuzim Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2023*.

<https://www.ktb.gov.tr/TR-96696/turkiye-turizm-stratejisi.html> (24.06.2024).

Tekin, M., Soba, M. ve İlter, B. (2018). Girişimcilikte İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk Algısı: Afikad Örneği. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 18(36): 131-146.

Teoh, H.Y. ve Foo, S.L. (1997). Moderating Effects of Tolerance For Ambiguity and Risk Taking Propensity on The Role Conflict-perceived Performance Relationship: Evidence from Singaporean Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*. 12: 67-81.

Tezcan, M. (1978). Kültür ve Eğitim İlişkileri. *Eğitim ve Bilim*. 3(15): 3-16.

Thomas, A.S. ve Mueller, S.L. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing The Relevance of Culture. *Journal of International Business Studies*. 31(2): 287-300.

Thomas, P.V. ve Jose, S. (2018). Engaging and Promoting Young Women's Entrepreneurship: A Challenge To Social Work. *International Social Work*. 63(1): 69-75.

Tiwari, N. (2017). Women Entrepreneurship in India: A Literature Review. *Amity Journal of Entrepreneurship*. 2(1): 47-60.

Topateş, Kalfa, A., Topateş, H. ve Kıdak, E. (2022). Güçlendirme ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini İnkileminde Kadın Girişimciliği. *Çalışma ve Toplum*. 2(73): 1043-1074.

Topgül, S. (2013). Türkiye'de Yoksulluk ve Yoksulluğun Kadınlaşması. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 14(1): 277-296.

Tokat, B., Kara, H. ve Ülkgün, N. (2007). Yöneticilerin Sorun Çözme Yetenekleri ve Kontrol Odağının Belirlenmesi: DPÜ Örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*. 11: 5-11.

Topçu, E. (2019). Marx'ın Bir Başka Açıdan Okunması: Marksist Feminizm. *Hece*. 270/271/272(2): 780-803.

Trinh, M. (1991). *When The Moon Waxes Red: Representation, Gender and Cultural Politics*. New York: Routledge.

Tulan, D. ve Türko, E.S. (2018). Kadın Girişimciliği: Erzurum İlinde Bir Uygulama. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 3(1): 285-306.

Turan, İ. ve Kıyıcı, H. (2019). Liberal Feminizm ve Suriyeli Kadın ve Çocuk Mültecilerin Mevcut Durumları. *The Journal of Academic Social Science Studies*. 8(72): 487-502.

Turhan, Y. (2020). Kalkınma Kavramının Tarihsel Süreci Ve Etimolojik Analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*. (29): 149-164.

Turner, S.G. ve Maschi, T.M. (2015). Feminist and Empowerment Theory and Social Work Practice. *Journal of Social Work Practice*. 29(2): 151-162.

Türedi, Ö.M. (2018). *Türkiye'nin Önde Gelen Girişimcilerinin İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarına Bakış Açısı ve Nitel Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi).İstanbul. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Türk Dil Kurumu Sözlük, (2024).
<https://sozluk.gov.tr/> (08.07.2024).

Tüzüncan, D. (2019). Turizmde Kadın İstihdamı. *Turizmde Kadın Olmak* (ss.67-84). İstanbul. Değişim Yayınları.

Ufuk, H. ve Özgen, Ö. (2001). The Profile of Women Entrepreneurs: A Sample From Turkey. *International Journal of Consumer Studies*. 25(4): 299-308.

Uğuz, S. Ç. ve Topbaş, F. (2016). Turizmde Kadın İstihdamı ve Ücret Ayrımcılığı: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 27(1): 62-78.

Ulutaş, Ünlütürk, Ç. (2009). Yoksulluğun Kadınlaşması ve Görünmeyen Emek. *Çalışma ve Toplum*. 2: 25-40.

Urbano, D. ve Yordanova, D. (2008). Determinants of The Adoption of HRM Practices in Tourism SMEs in Spain: An Exploratory Study. *Service Business*. 2(3): 167–185.

Uslu, D. (2023). Girişimci Kişilik Özellikleri. *Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar* (ss.85-101). Ankara. Eğitim Yayınevi.

Uygun, R. (2022). Girişimcilik Araştırmalarının Çıkmaz Sokağı Kişilik Özellikleri Yaklaşımı Üzerine Bir Değerlendirme ve Davranış Eksenli Modellerin Girişimcilik Literatürüne Katkıları. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.12(1): 497-518.

Uygun, T. ve Günaydın, C. (2019). Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış ve Türkiye'deki Kadın Girişimcilerin Analizi. *Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi*. 3(1): 34-64.

Uysal, M., Sirgy, M.J., Woo, E. ve Kim, H.L. (2015). Quality of Life (QOL) and Well-Being Research in Tourism. *Tourism Management*. 53: 244-261.

Uzuntepe, S. (2017). Dünyada ve Türkiye'de Tarihsel Süreçte Girişimciliğin Gelişim Süreci. *Journal of Finance*. Özel Sayı: 53-70.

Van der Lingen, E. ve Van Niekerk, G. (2015). Entrepreneurship Traits of Science, Engineering and Technology (SET) Students. *SAJESBM*. 7: 117-144.

Veciano, J. M., Aponte, M. ve Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Tri-Country Study. *International Entrepreneurship and Management*. 1(2): 165–182.

Wacquant, L. ve Bourdieu, P. (2003). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. (Çev: N. Ökten). İstanbul: İletişim Yayınları.

Ward, T.B. (2004). Cognition, Creativity, and Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. 19(2): 173-188.

Watson, J.T. (2012). Entrepreneurship- A Suitable Case For Sociological Threatment. *Sociology Compass*. 6(4): 306-315.

Wendell, S. (1987). A (qualified) Defense of Liberal Feminism. *Hypatia*. 2(2): 65-93.

West, C. ve Zimmerman, D.H. (1987). Doing Gender. *Gender and Society*. 1(2): 125-151.

Wilson-Kovacs, D.M., Ryan, M. ve Haslam, A. (2006). The Glass-cliff: Women's Career Paths in the UK Private IT Sector. *Equal Opportunities International*. 25(8): 674-687.

Wilson, F. ve Tagg, S. (2010). Social Constructionism and Personal Constructivism: Getting The Business Owner's View on The Role of Sex and Gender. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 2(1): 68-82.

World Bank (2017). Women and Tourism: Designing for Inclusion. Washington, DC: World Bank Group.

World Travel & Tourism Council, (2020). <https://wttc.org/en-gb/> (02.05.2020).

World Travel and Tourism Council, (2023). *Economic Impact Research*. <https://wttc.org/research/economicimpact> (14.02.2024).

Yadav, V. ve Unni, J. (2016). Women Entrepreneurship: Research Review and Future Directions. *Journal of Entrepreneurship*. 6(1). 2-18.

Yalçın, M. (2021). Sosyal Hizmet Bakış Açısı İle Yoksul Kadınları Güçlendirme. *Karabük Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (UNIKA Toplum ve Bilim Dergisi)*. 1(1): 1-11.

Yalçın, H. (2022). Bir Araştırma Deseni Olarak Fenomenoloji. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 22(Özel Sayı 2): 213-232.

Yalçıntaş, M. (2010). Çağımızda Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 5(1): 95-98.

Yelkikalan, N. (2007). 21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zeka. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(2): 39-51.

Yener, S. (2019). İktisat ve Girişimcilik. *Kuram ve Uygulamada Girişimcilik*. (ss.127-145). Konya. Çizgi Kitapevi.

Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Academic Rewiev*. 2(2): 79-92.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, F. ve Gül, H. (2021). Uluslararası Kalkınma Politikaları ve Kadınların Güçlendirilmesi Üzerine bir Değerlendirme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 10(1): 679-695.

Yıldız, H. ve Zehir, C. (2019). Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Mühendis Adayları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*. 26(2): 453-476.

Yılmaz, M. ve Zoğal, Y. (2015). Kadının İş Gücüne Katılımının Tarihsel Gelişimi ve Kadın İstihdamını Etkileyen Faktörler: Türkiye ve Avrupa Örneği. *Econ World* 2015: 1-25.

Yılmaz, S.E. ve Karaçelebi, F. (2020). Kadın Girişimcilerin Girişim Süreçleri Üzerine Bir Araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*. 7(2): 283-293.

Yordanova, D.I. ve Tarrazon, M.A. (2010). Gender Differences in Entrepreneurial Intentions: Evidence From Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*,. 15(3): 245–261.

Yordanova, D.I. (2011). The Effects of Gender on Entrepreneurship in Bulgaria: An Empirical Study. *International Journal of Management*. 28(1): 289-305.

Zapalska, A. ve Fogel, G.K. (1998). Characteristics of Polish and Hungarian Entrepreneurs. *Journal of Private Enterprise*. 19(2): 132-144.

Zelekha, Y., Avnimelech, M. ve Sharabi, E. (2014). Religious Institutions and Entrepreneurship. *Small Business Economics*. 42: 747-767.

Zhang, Z., Zyhpur, M.J., Narayanan, J., Arvey, R.D., Chaturvedi, S., Avalio, B.J., Lichtenstein, P. ve Larsson, G. (2009). The Genetic Basis of Entrepreneurship: Effects of Gender and Personality. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*. 110: 93-107.



EKLER

EK 1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

1. Yaş:Annenin eğitim durumu: Babanın eğitim durumu:Ailede eğitim alan kişi sayısı:
2. Kendinizi hangi kişilik özellikleri ile tanımlarsınız?
3. Neden girişimci olma ihtiyacı duydunuz? Kararınızı neler etkiledi?
4. Ailenize ve çevrenize bu düşüncenizi açtığınızda nasıl bir tepki ile karşılaştınız?
5. Medeni durumunuzun girişimci olma kararınız ve sürecinde nasıl etkisi oldu?
6. Bulunduğunuz il/ilçe dışında başka bir yerde yaşıyor olsaydınız yine girişimci olmayı düşünür müydünüz?
7. Herhangi bir kurs, dernek, gönüllü topluluğa katılımınız var mıydı?. Eğer katılımınız var ise bu katılım sizin girişimcilik sürecine başlarken nasıl bir katkısı oldu?.
8. Girişimcilik karar sürecinde kimlerden destek aldınız?
9. Yaşadığınız çevrede ki sosyal aktiviteleri (sinema, tiyatro vb.) takip eder misiniz?
10. Sürece başlarken ekonomik sermayenizi nasıl sağladınız?
11. Ekonomik durumunuz iyi olsaydı yine de girişimci olmayı düşünür müydünüz? Neden?
12. Girişimcilik öncesi hane içinde karar mekanizması, görev dağılımı nasıl işliyordu? Girişimciliğin aile hayatınız üzerinde nasıl bir etkisi oldu?
13. Sosyal hayatınızda girişimcilik öncesi ve sonrası nasıl bir değişiklik oldu? İnsanların size davranış şekli değişti mi?
14. Kendiniz ile gurur duyuyor musunuz?
15. Çevrenizde sizi nasıl tanımlarlar.?
16. Turizm sektörünü seçmeye nasıl karar verdiniz?
17. Bulunduğunuz sektörde kadın olmanın avantajları ve dezavantajları neler?
18. İçinde bulunduğunuz toplumun kadın girişimcilere bakış açısını değerlendirir misiniz?
19. Üretimden uzak tutulmaya çalışılan kadınların evde tutulma nedenleri sizce nedir?

20. Yaptığınız işin toplumsal, ekonomik ve kültürel olarak yaptığı etki ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Başlarkenki hedefleriniz ile geldiğiniz nokta arasında nasıl bir fark var?



EK 2: Etik Kurul İzni



T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
HUKUK MÜŞAVİRLİĞİ

Sayı : E-87347630-659-528028

27.02.2023

Konu : Etik Kurul İzni- Gülsüm Aşlı PEKTAŞ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 14/02/2023 tarih ve 519312 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazınız ile bildirilen başvuru, Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 21/02/2023 tarihli toplantısında değerlendirilmiş ve toplantıda alınan 1 sayılı karar ile Gülsüm Aşlı PEKTAŞ'ın, "*Turizm Sektöründe Kadın Girişimcilerin Deneyimlerinin Ulusal Perspektifte İncelenmesi*," başlıklı çalışmasının etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiş olup, alınan karar Makamımızca onaylanmıştır.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof.Dr. Nükhet HOTAR
Rektör

Bu belge, gıvazlı elektronik imza ile onaylanmıştır.
Doğrulama Kodu: 240026AA-5253-4E32-AC6B-92BFE3BD6624 Doğrulama Adresi: <https://turkiye.gov.tr/dokuz-eyul-universitesi-ebys>
Adres: Kültür Mahallesi, Cumhuriyet Bld No:144, 35220 Konak/İzmir
KEP Adresi : dokuzeyuluniversitesi@kep.tr
Bilgi için: Gülsüm TOPCU
Sorumlu İyçi
Telefon No:(232) 412 11 93

